

UNIVERSIDADE FEEVALE

Programa de Pós-Graduação em Processos e Manifestações Culturais

Linha de Pesquisa em Linguagens e Processos Comunicacionais

Nível de Mestrado

SAMYR PAZ

**PERFORMANCE *PLAY*: CONSUMO COMO PERFORMANCE NO *STREAMING* DE  
*GAMES* DA PLATAFORMA TWITCH**

Novo Hamburgo

2016

SAMYR PAZ

**PERFORMANCE *PLAY*: CONSUMO COMO PERFORMANCE NO *STREAMING* DE  
*GAMES* DA PLATAFORMA TWITCH**

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Processos e Manifestações Culturais da Universidade Feevale como requisito para obtenção de grau de Mestre.

Orientadora: Prof<sup>ª</sup>. Dr<sup>ª</sup>. Sandra Portella Montardo

Novo Hamburgo

2016

## DADOS INTERNACIONAIS DE CATALOGAÇÃO NA PUBLICAÇÃO (CIP)

Paz, Samyr.

Performance play : consumo como performance no streaming de games da plataforma twitch / Samyr Paz. – 2016.

142f. : il. ; 30 cm.

Dissertação (Mestrado em Processos e Manifestações Culturais) – Feevale, Novo Hamburgo-RS, 2016.

Inclui bibliografia e apêndice.

“Orientadora: Profª. Drª. Sandra Portella Montardo”.

1.Etnografia. 2.Comportamento. 4. Socialização. I. Título.

CDU 39

Bibliotecária responsável: Tatiane de Oliveira Bourscheidt – CRB 10/2012

SAMYR PAZ

**PERFORMANCE *PLAY*: CONSUMO COMO PERFORMANCE NO *STREAMING* DE  
*GAMES* DA PLATAFORMA TWITCH**

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Processos e Manifestações Culturais da Universidade Feevale como requisito para obtenção de grau de Mestre.

Novo Hamburgo, \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2017.

**BANCA EXAMINADORA**

---

Prof<sup>ª</sup>. Dr<sup>ª</sup>. Sandra Portella Montardo

Univerisdade Feevale

---

Prof<sup>ª</sup>. Dr<sup>ª</sup>. Ana Luiza Carvalho da Rocha

Universidade Feevale

---

Prof<sup>ª</sup>. Dr<sup>ª</sup>. Suely Dadalti Fragoso

Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Dedico a Ada Lovelace, primeira programadora e precursora do mundo digital.

## **Agradecimentos**

Com um amor que mal cabe em mim, agradeço minha família pelo apoio incondicional que sempre recebi. Meus pais, Célia e Neri, sempre presentes, e meus irmãos, Samantha e Saulo, meus protetores, são a minha maior motivação. Amo vocês!

Agradeço a minha parceira e companheira de vida acadêmica, Bruna Wendt. Dividimos as alegrias e tristezas dessa carreira, que nos enche de sonhos e planos. Teu apoio foi fundamental, Bruna.

Contar com a orientação da Professora Doutora Sandra Portella Montardo foi como ter ao meu lado o mentor mais confiável e seguro do mundo, mesmo quando o mar estava revoltado ou os caminhos nebulosos. Para sempre vou te ter como exemplo de profissional que gostaria de ser, Sandra. Obrigado por cada palavra de incentivo, de correção e de conhecimento.

Agradeço pelas inestimáveis contribuições das Professoras Doutoras Ana Carvalho da Rocha e Suely Dadalti Fragoso. Além das avaliações durante a fase de qualificação do projeto de pesquisa, o trabalho das professoras com etnografia e *games*, respectivamente, foram inspiração desta investigação. Além disso, tenho profunda admiração profissional e pessoal por essas duas professoras incríveis.

Agradeço ao Willian Fernandes Araújo por me ajudar com a Teoria Ator-Rede, em um momento que não sabia por onde deveria começar para entender as relações sociotécnicas da investigação. Também agradeço aos entrevistados dessa pesquisa, Pedro, Natalia e Débora, pois sem eles o trabalho não teria propósito e muito menos seria possível de ser realizado. Espero que esta investigação atinja as expectativas dos entrevistados e que auxilie na maior visibilidade para as relações de comunidade criadas no Twitch pelos interlocutores.

Finalmente, agradeço pela bolsa integral de pesquisa provida pela Coordenação de Aperfeiçoamento Pessoal de Nível Superior (CAPES), que do contrário inviabilizaria meus estudos no Mestrado em Processos e Manifestações Culturais e, conseqüentemente, o desenvolvimento desta investigação.

Gratidão!

*Embora a conversa continuasse, ela estava sendo toda realizada por máquinas, piscando pulsos binários uma para outra mil vezes mais rápido que a velocidade com que seus lentos criadores conseguiam se comunicar.*

...

*Se Hal realmente podia pensar ou não, era uma pergunta que fora apresentada pelo matemático britânico Alan Turing, nos anos 1940. Turing salientara que, se alguém conseguisse levar a cabo uma conversa prolongada com uma máquina – não importando se fosse por máquina de escrever ou microfone – sem ser capaz de distinguir entre suas respostas e as que um homem poderia dar, então a máquina estava pensando, por qualquer definição sensata da palavra. Hal passaria no teste de Turing com facilidade.*

*Arthur C. Clarke (2001: Uma Odisseia no Espaço)*

## RESUMO

Este trabalho empreende uma etnografia para investigar o consumo como performance na plataforma de *streaming* de *games* Twitch. A plataforma permite a transmissão e a visualização ao vivo de sessões de jogos pela internet, no formato de canais de campeonatos, eventos e de usuários. Com o objetivo de investigar de que maneiras o consumo como performance emerge nas relações entre atores humanos e não humanos na plataforma de *streaming* de *games* Twitch, o repertório da Teoria Ator-Rede propõe ideias para dar conta de relações sociotécnicas, pois interessam os efeitos da circulação da agência em uma rede não-estrutural. Conectado a estas ideias, o consumo é um conceito que abrange as relações humanas e a materialidade de objetos, e que, por isso, permite perceber a subjetivação e relações estéticas dos sujeitos envolvidos nesse processo, pela (re)afirmação de suas identidades em reação à manipulação de artefatos materiais. Dessa forma, em ambientes digitais, o consumo viabiliza a socialização online, sendo considerado fator de performance. Toda e qualquer ação pode ser analisada como performance, comportamento restaurado que os sujeitos acionam no fluxo do tempo, na relação com outros sujeitos ou artefatos. Uma vez que a Teoria Ator-Rede é limitada em termos analíticos e metodológicos, a etnografia permitiu que fossem construídos protocolos metodológicos para a observação empírica da circulação da agência no fenômeno investigado, sendo realizadas observações participantes, entrevistas com três *streamers*, um questionário online respondido por 177 usuários brasileiros, além de terem sido confeccionados diários de campo durante todo o processo. Em termos de resultados da pesquisa, observa-se que a estrutura de códigos computadorizados do Twitch gera relações ambíguas de consumo como performance, pois as estratégias da plataforma centralizam as ações na performance do *streamer*, resultando em uma assimetria em relação à audiência. O código do Twitch objetiva controlar o consumo, entretanto a manipulação dos sistemas algorítmicos da plataforma orienta uma performance *play*, termo polissêmico que abrange entreter, disputar e atuar, por exemplo. O código computadorizado pode ser visto como convenção e criatividade, ao conduzir as ações, ao mesmo tempo que sua manipulação resulta em resistência, aceitação ou subversão, por parte dos usuários do Twitch.

**Palavras-chave:** Consumo. Etnografia. Performance. Teoria Ator-Rede. Twitch.

## ABSTRACT

This study undertakes an ethnography to investigate consumption as performance in the streaming of games platform Twitch. The platform allows the live transmission and visualization of game sessions through the internet, in the format of championship, events and users channels. With the goal to investigate which ways consumption as performance emerges into the relations between human and non-human actors in the streaming of games platform Twitch, the repertoire of the Actor-Network Theory offers ideas that can deal with socio-technical relations, because the interest is in the circulation effects of the agency in a non-structural network. Connected to these ideas, consumption is a concept that embraces human relations and the materiality of these objects which, that is why, it allows us to perceive subjectivities and establishing aesthetic relations of the individuals, by the (re)affirmation of their identities in reaction to their manipulations of material artifacts. In this way, in digital environments, consumption makes online socialization possible, being considered as a performance factor. Each and every action can be analyzed as performance, restored behavior individuals put in action in the flow of time, in the relation with other individuals or artifacts. Once the Actor-Network Theory is limited in methodological and analytical terms, the ethnographic work allowed the construction of methodological protocols in the empirical observation of the circulation of the agency on the explored phenomenon. In this way, participative observations were made, three streamers were interviewed, an online questionnaire was answered by 177 Brazilian users, and also, field journals were created throughout the whole process. In terms of research results, it is observed that the structure of the computer codes of Twitch creates ambiguous relations of consumption as performance, whereas the platform strategies tend to center the actions into streamer's performance, resulting in an asymmetry in relation to the audience. Twitch's code intends to control consumption, however, the manipulation of the algorithmic systems in the platform leads to a *play* performance, polysemous term that encloses entertain, dispute and act, for example. The computer code can be seen as convention and creativity, by conducting actions, in the same time that its manipulations result in resistance, acceptance or subversion on the behalf of Twitch's users.

**Keywords:** Consumption. Ethnography. Performance. Actor-Network Theory. Twitch.

## LISTA DE FIGURAS

<b>FIGURA 1 - MAPA VISUAL DAS COMUNIDADES GAMERS DO TWITCH</b> .....	16
<b>FIGURA 2 – TWITCH E A ESTRUTURA DA AMAZON</b> .....	39
<b>FIGURA 3 – ESPAÇOS PARA ANÚNCIOS NO TWITCH</b> .....	40
<b>FIGURA 4 - ESTRUTURA DO MODELO DE NEGÓCIOS DO TWITCH</b> .....	41
<b>FIGURA 5 - PÁGINA INICIAL DO TWITCH</b> .....	43
<b>FIGURA 6 - CONTINUAÇÃO DA PÁGINA INICIAL DO TWITCH</b> .....	44
<b>FIGURA 7 – TELA DE UM CANAL</b> .....	45
<b>FIGURA 8 - PAINEL DE CONTROLE</b> .....	47
<b>FIGURA 9 – MENU LATERAL</b> .....	48
<b>FIGURA 10 - PERFIL DOS RESPONDENTES</b> .....	89
<b>FIGURA 11 - HÁBITOS GAMERS</b> .....	90
<b>FIGURA 12 – ACESSO AO TWITCH</b> .....	90
<b>FIGURA 13 – USOS DO TWITCH</b> .....	91
<b>FIGURA 14 – STREAMING E CHAT</b> .....	92
<b>FIGURA 15 – USO DO CHAT</b> .....	93
<b>FIGURA 16 – RELAÇÕES COM STREAMERS</b> .....	94
<b>FIGURA 17 – SOBRE OS STREAMERS</b> .....	95
<b>FIGURA 18 – CANAL DA ISIS NO TWITCH</b> .....	101
<b>FIGURA 19 - PEDRO TRANSMITINDO WORLD OF WARCRAFT</b> .....	107
<b>FIGURA 20 - BANNERS DO CANAL DO PEDRO</b> .....	108
<b>FIGURA 21 - TRANSMISSÃO DA NATALIA</b> .....	116
<b>FIGURA 22 - DÉBORA TRANSMITINDO DIABLO 3</b> .....	122
<b>FIGURA 23 - TRANSMISSÃO DA BÁRBARA EM INTERRUÇÃO</b> .....	124

## LISTA DE QUADROS

<b>QUADRO 1 - RESUMO DO ESTADO DA ARTE SOBRE O TWITCH E STREAMING DE GAMES .....</b>	<b>28</b>
<b>QUADRO 2 - TRABALHOS DE DISSERTAÇÃO DE MESTRADO E TESE DE DOUTORADO .....</b>	<b>80</b>
<b>QUADRO 3 - ARTIGOS.....</b>	<b>80</b>
<b>QUADRO 4 - PROTOCOLOS METODOLÓGICOS .....</b>	<b>86</b>

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>13</b>
1.1	TEMA.....	14
1.2	JUSTIFICATIVA.....	15
<b>1.2.1</b>	<b>Estado da Arte.....</b>	<b>19</b>
1.3	PROBLEMA.....	30
1.4	OBJETIVOS.....	31
<b>1.3.1</b>	<b>Objetivo Geral.....</b>	<b>31</b>
<b>1.3.2</b>	<b>Objetivos Específicos.....</b>	<b>31</b>
1.5	SOBRE O MEU OLHAR.....	31
<b>2</b>	<b>TWITCH.....</b>	<b>35</b>
2.1	DESCRIÇÃO E HISTÓRICO.....	35
2.2	MODELO DE NEGÓCIOS.....	38
2.3	INTERFACE GRÁFICA DE USUÁRIO.....	42
<b>3</b>	<b>REFERÊNCIAS TEÓRICAS.....</b>	<b>50</b>
3.1	TEORIA ATOR-REDE (TAR) – UMA NÃO TEORIA.....	50
3.2	CONSUMO.....	57
<b>3.2.1</b>	<b>Consumo Digital.....</b>	<b>61</b>
3.3	PERFORMANCE.....	64
<b>4</b>	<b>ETNOGRAFIA.....</b>	<b>69</b>
4.1	ETNOGRAFIA APLICADA A MÍDIAS DIGITAIS.....	74
4.2	ETNOGRAFIA E ESTUDOS DE <i>GAMES</i> .....	77
4.3	PROTOCOLOS METODOLÓGICOS.....	83
<b>5</b>	<b>EXPLORANDO O TWITCH.....</b>	<b>88</b>
5.1	PANORAMA – POR 177 USUÁRIOS DO TWITCH.....	88
<b>6</b>	<b>EXPERIÊNCIA ETNOGRÁFICA.....</b>	<b>97</b>
6.1	PRIMEIRO ATO – <i>PLATFORMS ARE STRANGE</i> .....	98
6.2	SEGUNDO ATO – RELAÇÕES.....	102
6.3	EPÍLOGO – <i>PLAY</i> E AMBIGUIDADE.....	125
<b>7</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>131</b>
	<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>135</b>
	<b>ANEXO I.....</b>	<b>142</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Entre um gole de café e uma mordida em sua torrada, Fernando acompanha um de seus *streamers* de *game* favoritos no Twitch. Ele já estabeleceu um ritual matinal, entre acordar, tomar banho e fazer uma breve refeição, enquanto assiste, pelo seu *smartphone*, a transmissão do que o *streamer* está jogando. Pouco importa que a tela do celular seja pequena, pois ele entende a dinâmica do jogo o suficiente para que mesmo a ação em miniatura seja divertida. Soma-se a isso a voz do *streamer*, que mantém uma conversa ativa com a audiência, e Fernando despende alguns momentos de alívio descompromissado antes de encarar um longo dia de trabalho.

Mais tarde, naquele mesmo dia e em outro lugar do mundo, Paulo também está assistindo uma transmissão pelo Twitch. Ou melhor, ele está tentando. A irritante interrupção da transmissão, culpa da pouca qualidade de conexão com a internet, não permite que Paulo tenha uma experiência fluida e prazerosa. Ele não entende o porquê de isso estar ocorrendo, afinal tem contratado uma internet banda larga de alta velocidade. Outras atividades pelo computador não estão com o mesmo problema, sugerindo que talvez seja um problema relacionado com o Twitch, porém Paulo não saberia dizer com certeza.

Com problemas de internet semelhantes, mas do outro lado da experiência de transmissão, Rafaela tenta estabelecer um canal de conteúdo do seu jogo favorito. Ela está ansiosa para convidar seus amigos para assistir e mostrar suas habilidades de jogo e, também, convidá-los para participarem das transmissões jogando junto. É a primeira vez que ela tenta realizar uma *stream* e, por enquanto, Rafaela apenas tem encontrado dificuldades de entender as configurações de áudio e vídeo no seu computador. Para além disso, ela ainda precisa ajustar os detalhes entre uma aplicação de terceiros e a plataforma Twitch.

Já Ana, experiente na prática de transmitir suas sessões de jogos pelo Twitch, nem percebe a quantidade de configurações que precisa fazer antes de iniciar a atividade. O processo se tornou rotineiro em seu comportamento e ela só volta a se dar conta que existem sistemas rodando no fundo quando algum raro problema acontece. Isso significa que, para Ana, a experiência de transmissão de jogo no Twitch se resume a suas conversas, risadas e momentos de diversão com sua audiência.

Em se tratando da audiência, somente no canal da Ana há uma profusão de perfis e usos diferentes do Twitch. Há quem acompanhe as transmissões dela por adorar sua pessoa, outros por gostarem muito do jogo da *stream* e outros pela possibilidade de conversar com seus amigos pelo bate-papo disponível na plataforma. Dentre estas pessoas, ainda há quem jogue ao mesmo tempo que acompanha a transmissão e quem nunca nem jogou o que está sendo transmitido.

Estes breves relatos são fictícios, porém baseados em observações reais, misturadas com as experiências do autor com a plataforma Twitch. Esta introdução visa contextualizar o objeto de investigação e pontuar brevemente sobre a conexão entre os atores da prática: *streamers*, audiência, jogos, Twitch e tecnologia. Este é apenas um convite para uma exploração detalhada pelo fenômeno do *streaming* de *games*.

## 1.1 TEMA

O Twitch<sup>1</sup> é uma plataforma digital criada em 2011, como um desdobramento do site de transmissões ao vivo Justin TV<sup>2</sup>. O foco da plataforma é direcionado ao conteúdo de *games*, possibilitando que usuários realizem transmissões ao vivo de suas sessões de jogos para, possivelmente, outros milhares de espectadores. Para que o *streaming* de *games* possa ocorrer conforme essa descrição, quem realiza a transmissão precisa ter acesso e conhecimento de algumas coisas. O *streamer* necessita ter um computador ou *videogame* e boa conexão com a internet, além de possuir o jogo que vai transmitir e os periféricos de som e imagem. Para realizar a transmissão pelo computador, é preciso um *software* que codifique e envie o que ocorre na máquina do *streamer* para o Twitch. As informações são traduzidas pela plataforma em forma de conteúdo audiovisual, tornando-as disponíveis para serem acompanhadas. Esses aplicativos de codificação não são produzidos pelo Twitch e, sim, por terceiros, porém a plataforma oferece uma página com opções para seus usuários escolherem entre os seguintes programas: Open Broadcast Software, Gameshow, XSplit Gamecaster, Vmix, Wirecast, Elgato Gaming HD60 Pro e Live Gamer Extreme<sup>3</sup>.

No caso de transmissões por *videogames*, há dois consoles que permitem a atividade: Xbox One e PlayStation 4. Neles, basta o *download* do aplicativo do Twitch para iniciar uma

---

<sup>1</sup> Disponível em: [www.twitch.tv](http://www.twitch.tv).

<sup>2</sup> Disponível em: [www.justin.tv](http://www.justin.tv). Acesso em 26 abr. 2016.

<sup>3</sup> Disponível em: <https://www.twitch.tv/broadcast>. Acesso em 22 out. 2016.

*stream*. É possível realizar transmissões de outros *videogames*, entretanto são exigidas configurações e adaptações técnicas computadorizadas. Por sua vez, a audiência assiste o conteúdo através de navegadores *web* e aplicativos de *smartphones*, *tablets* e *videogames*.

## 1.2 JUSTIFICATIVA

A escolha do Twitch como objeto de estudo se deve à popularidade que o serviço alcançou em seus cinco anos de existência. São mais de 100 milhões de espectadores mensais e 1,7 milhões de *streamers*, que geram o quarto maior tráfego de internet dos Estados Unidos (inclusive superando o Facebook)<sup>4</sup>. O tamanho da audiência é grande o suficiente para rivalizar com o horário nobre de gigantes da TV a cabo norte americana. Com esses números, o Twitch chamou a atenção da Amazon e do Google para uma disputa pela aquisição da plataforma. O resultado da concorrência entre as duas empresas levou a primeira a comprar o Twitch por 970 milhões de dólares<sup>5</sup>, enquanto o Google entrou neste mercado com uma plataforma própria, chamada YouTube Gaming<sup>6</sup>.

Esses motivos fazem do Twitch um fenômeno cultural, social e midiático de interesse científico, seja pelo seu crescimento em popularidade, pela característica do conteúdo ou pela capacidade de movimentar negócios nos setores de tecnologia e *games*. No entanto, a bibliografia brasileira sobre o tema é restrita ao fenômeno da experiência social *Twitch Plays Pokémon*<sup>7</sup> (LEITE; TESSAROLO, 2014; GARROCHO; JOSEPHSON, 2014; AMARO; FREITAS, 2016) ou analisa a plataforma sob um ponto de vista mercadológico (MACEDO, 2014). Já os trabalhos internacionais levantados no Estado da Arte, não desenvolvem perspectivas sociotécnicas, e os conceitos de consumo e performance são pouco explorados (KAYTOUE, et al., 2012; EDGE, 2013; SMITH et al., 2013; HAMILTON et al., 2014; WALKER, 2014; PIRES; SIMON, 2015; ZHANG; LIU, 2015; YANG et al., 2013; OLEJNICZAK, 2015; RECKTENWALD, 2015; RAES, 2015; FARRINGTON; MUESCH,

---

<sup>4</sup> Disponível em: <http://blogs.wsj.com/digits/2015/01/29/twitchs-viewers-reach-100-million-a-month/>. Acesso em: 28 jan. 2016.

<sup>5</sup> Disponível em: <http://www.businessinsider.com/amazon-buys-twitch-2014-8>. Acesso em 30 jan. 2016.

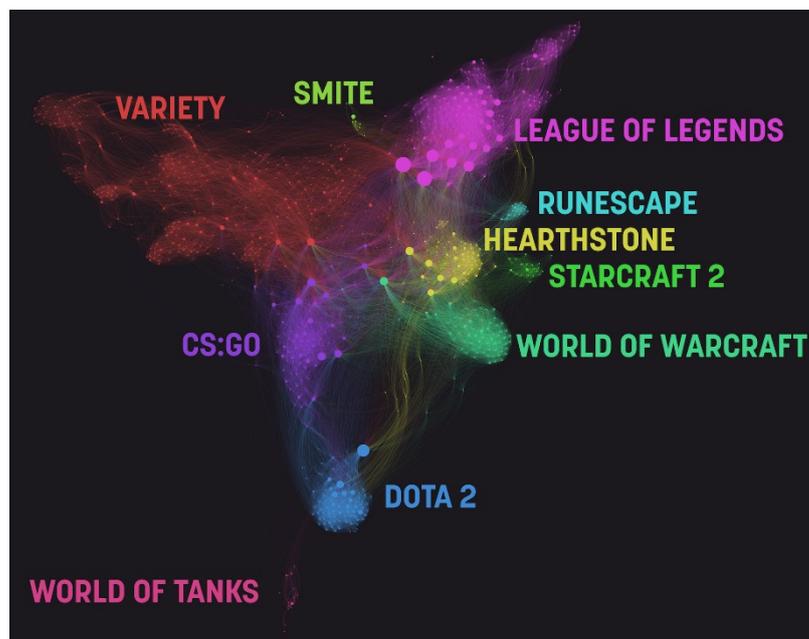
<sup>6</sup> Disponível em: [www.facebook.com](http://www.facebook.com); [www.amazon.com.br](http://www.amazon.com.br); [www.google.com.br](http://www.google.com.br); <https://gaming.youtube.com/>. Acesso em 22 out. 2016.

<sup>7</sup> Experimento cujo criador permanece anônimo, em que comandos do IRC (*Internet Relay Chat*) foram utilizados no *chat* do Twitch, possibilitando que a audiência controlasse o jogo *Pokémon Red* que estava sendo transmitido. Disponível em [www.twitch.tv/twitchplayspokemon](http://www.twitch.tv/twitchplayspokemon). Acesso em: 5 fev. 2016.

2015; ALKLID, 2015; KARHULAHTI, 2016; PELLICONE, 2016; GANDOLFI, 2016). Logo, torna-se importante a realização deste trabalho, com o intuito de gerar conhecimento em um tema parcialmente inédito no Brasil.

Apesar de destacar a importância da plataforma tecnológica Twitch no cenário social do *streaming* de *games*, serão evitados os determinismos técnico e/ou social-humano. Adotando a Teoria Ator-Rede (TAR), aspectos técnicos são incluídos no social, que emerge através da associação entre os atores em rede, baseada na circulação da agência (LATOURE, 2012; MOL, 2010; LAW, 2007; CALLON, 2009). Importante entender que a rede da TAR não é estruturada. Para deixar claro o que isso significa, será demonstrado um contraponto, presente na Figura 1. Na imagem pode ser observado um mapa visual das comunidades *gamers* envolvidas com o Twitch, representando uma rede estrutural dos nós e conexões entre os *streamers* e *games* da plataforma. Conforme Barabási (2009) as redes estruturais são topologias sem escalas e dinâmicas, em contínuo crescimento e movimentação, onde a partir de qualquer nó na rede é possível navegar de um ponto a outro das conexões. Alguns nós formam *hubs*, em função da concentração de conexões.

**Figura 1 - Mapa visual das comunidades *gamers* do Twitch**



**Fonte: Twitch Science Team<sup>8</sup>.**

<sup>8</sup> Disponível em: <http://blog.twitch.tv/2015/02/visual-mapping-of-twitch/>. Acesso em 24 mai. 2016.

Embora útil e detalhado, o mapa é estruturante e já está desatualizado, pois foi publicado em fevereiro de 2015. O problema desse tipo de visualização de rede estrutural é a ausência do posicionamento da própria plataforma na imagem, nesse caso o Twitch. Primo (2012) critica a falta dessa presença do meio como um dos atores em grafos de redes sociais na internet. Para o autor, nesse tipo de mapa, com tendências a produzir explicações quantitativas, “apenas os atores humanos são considerados aptos a fazer parte da rede” (PRIMO, 2012, p. 635). Portanto, estudos que levam em conta apenas as conexões humanas estão excluindo outras possibilidades de participação e interferência nos fenômenos pesquisados. Sendo assim, justifica-se o emprego da Teoria Ator-Rede enquanto um esforço reflexivo para incluir humanos e não humanos como participantes do fenômeno cultural estudado.

Em relação aos conceitos de consumo e performance, este trabalho está inserido no projeto de pesquisa “Consumo como performance em sites de redes sociais”<sup>9</sup>, liderado pela Professora Doutora Sandra Portella Montardo. O projeto objetiva realizar investigações em âmbito digital, observando a associação entre consumo e performance. O primeiro conceito, consumo, diz respeito à manipulação de bens para que, através da reação a eles, o sujeito venha a (re)afirmar sua identidade e estabelecer uma ordem estética de sua vida (BARBOSA, 2004; 2009; CAMPBELL, 2009; MILLER, 2009). Por sua vez, performances são ações comportamentais que tornam visíveis a identidade dos sujeitos, dado determinado contexto cultural (SCHECHNER, 2013). Desta forma, é relevante ampliar o escopo de estudo para um fenômeno que ainda não foi abordado pelos conceitos de consumo e performance. O Twitch e o *streaming* de *games* podem trazer resultados investigativos relevantes para o projeto de pesquisa citado.

Para percorrer, documentar e relacionar as ações dos atores dispostos na rede do *streaming* de *games*, foi escolhida a etnografia como formato de abordagem do campo de pesquisa e de fomento de protocolos metodológicos. Apesar de ampliar a percepção do pesquisador para perguntas, principalmente sociotécnicas, a TAR não oferece escopos analíticos, metodológicos e nem dá conta de entendimentos da atuação de contextos sociais e culturais (VAN DJICK, 2013). A etnografia é uma maneira de superar essas armadilhas, pela estruturação de uma pesquisa que se desdobra baseada na empiria, o que permite ao investigador compreender as significações criativas da cultura (WAGNER, 2010). Além disso,

---

<sup>9</sup> Projeto de pesquisa contemplado com o Edital MCTI/CNPq/MEC/CAPES No. 43/2013 - Processo 408270/2013-6. Informações disponíveis em: <https://consumocomoperformancesrs.wordpress.com>. Acesso em 3 mai. 2016.

consumo e performance são dependentes de contextos culturais, o que mais uma vez interpela para a justificativa do emprego da etnografia neste trabalho.

Ao realizar um empreendimento etnográfico, pelas perspectivas teóricas adotadas de consumo e performance, adicionando ao escopo as sensibilidades da Teoria Ator-Rede, o estudo do *Twitch* e o *streaming* de *games* é inédito no Brasil, tornando relevante a realização desta investigação. Para abordar esse fenômeno cultural complexo e distinto, há a exigência de um esforço interdisciplinar que permeia as áreas da Comunicação, Antropologia, Sociologia e Ciência da Tecnologia. O resultado disso é uma abordagem orientada à Linha de Pesquisa em Linguagens e Processos Comunicacionais, do Programa de Pós-Graduação em Processos e Manifestações Culturais da Universidade Feevale.

O olhar investigativo do Programa de Pós-Graduação em Processos e Manifestações Culturais privilegia concepções de cultura, dialogando com as áreas da Comunicação, História e Letras. A interdisciplinaridade é um dos requisitos para compreender os impactos sociais de fenômenos culturais contemporâneos. A proposta deste trabalho vai ao encontro dos objetivos do Programa, que em resumo são: investigar processos culturais e suas manifestações, promovendo o diálogo entre diferentes disciplinas; produzir conhecimento com vistas a qualificação da prática docente; promover reflexões críticas sobre identidade, memória e linguagem; e articular questões teóricas e metodológicas para acrescentar práticas inovadoras no espaço de atuação da pesquisa<sup>10</sup>.

A área de concentração do trabalho se vincula ao campo da Comunicação, entretanto as áreas da História e Letras surgem indiretamente quando se trata de entender o contexto e a linguagem das mídias digitais contemporâneas. História e Letras auxiliam na sustentação da Linha de Pesquisa em Linguagens e Processos Comunicacionais, que visa refletir a construção da memória e identidade sob aspectos de produção, distribuição e consumo cultural. Ou seja, os diferentes espectros da Comunicação ligados aos processos e fenômenos culturais, em relação as mídias contemporâneas, tecnologias da informação e comunicação e de uma estética própria desses fenômenos<sup>11</sup>.

---

<sup>10</sup> Informações sobre o Programa de Pós-graduação em Processos e Manifestações Culturais disponíveis em: <http://www.feevale.br/ensino/pos-graduacao/programas-de-pos-graduacao/programa-de-pos-graduacao-em-processos-e-manifestacoes-culturais>. Acesso em 7 mai. 2016.

<sup>11</sup> Informações sobre a Linha de Pesquisa em Linguagens e Processos Comunicacionais disponíveis em: <http://www.feevale.br/ensino/pos-graduacao/programas-de-pos-graduacao/programa-de-pos-graduacao-em-processos-e-manifestacoes-culturais/linhas-de-pesquisa>. Acesso em 7 mai. 2016.

Para enriquecer a justificativa deste trabalho e, também, oferecer um ponto de partida científico do que será realizado, a seção seguinte abordará os estudos sobre o Twitch e o *streaming de games* encontrados em levantamento do Estado da Arte (PAZ, 2015).

### 1.2.1 Estado da Arte

Em pesquisa publicada em fevereiro de 2016, foi concluído que 470 milhões de jogadores assistem conteúdos online sobre *games* regularmente (NEVALY; NEWZOO, 2016). Esses números refletem em 56% dos *gamers* do mundo todo assistindo sobre jogos eletrônicos em ambientes digitais. O campeão de audiência é o YouTube, com seus vídeos *on demand*. Entretanto, o Brasil aparece com 24% dos jogadores assistindo conteúdo ao vivo de jogos, todos os meses, no Twitch. É o país do mundo com maior percentual, seguido por Estados Unidos (21%) e Reino Unido (18%). Apesar de não revelar números, informações do Twitch dão conta de que, em 2015, o Brasil esteve entre os países que mais forneceram audiência para a plataforma<sup>12</sup>. Há, portanto, evidências do potencial de transmissão e audiência de *streaming de games* no Brasil, o que possivelmente resultou em interesse científico no fenômeno. Logo, este trabalho buscou por produções acadêmicas brasileiras sobre o Twitch e *streaming de games*, com o objetivo de realizar um levantamento do Estado da Arte, isto é, um panorama dos estudos contemporâneos sobre o objeto de pesquisa deste trabalho.

Procurando no Banco de Teses da Capes, no Portal de Livre Acesso à Produção em Ciências da Comunicação da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, no Portal de Periódicos da Capes e na biblioteca virtual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós) não foram encontradas produções acadêmicas identificadas com as palavras-chave: Twitch, *streaming* e *games*. Mesmo estendendo a busca para palavras-chave semelhantes, jogos, jogos eletrônicos, transmissão ao vivo, e para além dos grupos de trabalho sobre Cibercultura e tecnologias, os esforços foram infrutíferos. Além disso, as palavras-chave foram empregadas juntas e separadas nas buscas, para evitar um enquadramento muito fechado dos resultados e, ainda assim, nenhum trabalho foi encontrado.

---

<sup>12</sup> Outros países da lista incluem Canadá, Estados Unidos, Inglaterra, França, Alemanha, Suécia, Polônia, Rússia e Taiwan. Disponível em: <https://www.twitch.tv/year/2015>. Acesso em 7 mai. 2016.

Nos anais do VIII Simpósio da Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura (ABCiber) foram encontrados dois artigos que citam o Twitch, ao relatarem a experiência social conduzida na plataforma chamada de *Twitch Plays Pokémon* (LEITE; TESSAROLO, 2014; GARROCHO; JOSEPHSON, 2014). Porém, tais artigos apenas pesquisam um fenômeno específico dentro da plataforma e o objetivo deste Estado da Arte busca por trabalhos que tenham o Twitch como objeto principal de investigação. Do mesmo modo, o artigo de Amaro e Freitas (2016) encontrado no periódico *Sessões do Imaginário*, da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, foi desconsiderado da análise por investigar o *Twitch Plays Pokémon*.

Em seguida, o levantamento partiu para outra abordagem. Utilizando as palavras-chave já referidas, no site de buscas do Google Acadêmico<sup>13</sup>, foi possível encontrar um maior número de produções acadêmicas<sup>14</sup>, estas sim focadas no Twitch e no *streaming* de *games*. No total foram encontrados dezesseis trabalhos, sendo oito artigos, dois resumos, uma tese de Mestrado e três trabalhos de conclusão de curso de graduação. Entretanto, apenas um artigo e um trabalho de conclusão são brasileiros. Soma-se a estes dezesseis mais um artigo encontrado na biblioteca online da Digital Games Research e este levantamento do Estado da Arte totaliza a análise de dezessete trabalhos. Nos próximos parágrafos, serão abordadas as contribuições dessas produções acadêmicas, através das seguintes perguntas: I) quem são os autores dos estudos? II) de que áreas do conhecimento as contribuições identificadas são provenientes? III) quais são os objetivos dos trabalhos encontrados? IV) quais foram as metodologias aplicadas nesses estudos? V) qual o ano de publicação? VI) quais são os seus locais de origem (países e universidades)? VII) quais palavras-chave foram utilizadas? VIII) quais foram os resultados alcançados por essas pesquisas? IX) e, quais são as referências que esses estudos têm em comum?

Os estudos coletados caracterizam-se pela heterogeneidade, pois são de diversas áreas do conhecimento científico. Dois estudos contemplam características técnicas do Twitch (YANG et al., 2013; ZHANG; LIU, 2015), da área da Ciência da Computação. Outros quatro trabalhos também são técnicos, mas discutem características comunitárias e fatores humanos (SMITH et al., 2013; KAYTOUE et al., 2012; FARRINGTON; MUESCH, 2015; PIRES;

---

<sup>13</sup> Disponível em: <https://scholar.google.com.br/>. Acesso em 9 nov. 2016.

<sup>14</sup> Em uma primeira versão deste levantamento do Estado da Arte, realizado em 2015, foram encontrados sete artigos através do *Google Acadêmico*. Nesta revisão há uma expansão do número de trabalhos e correção de erros encontrados na primeira versão, como a devida citação do artigo de Kaytoue et al. (2012) como trabalho brasileiro, apesar de publicado em inglês.

SIMON, 2015). Estes trabalhos citados são das áreas de Design de Sistemas, Ciências Sociais e Comportamentais, Ciência e da Tecnologia da Informação, respectivamente. Quatro trabalhos são caracterizados como da área da Comunicação e Mídia (EDGE, 2013; MACEDO, 2014; WALKER, 2014; KARHULAHTI, 2016), três estudos são da área de Linguagem e Literatura (ALKLID, 2015; OLEJNICZAK, 2015; RECKTENWALD, 2015), um trabalho da área da Sociologia (PELLICONE, 2016) e, três trabalhos são interdisciplinares, pois desenvolvem sobre Cultura, Comunicação e Tecnologia (HAMILTON et al., 2014; RAES, 2015; GANDOLFI, 2016).

Em se tratando das metodologias aplicadas, observa-se cinco estudos estatísticos quantitativos, cinco produções qualitativas, um trabalho experimental, dois estudos exploratórios e três trabalhos de revisão bibliográfica. O local de origem dos trabalhos é diverso, porém ocidentais, com as exceções das produções de Yang et al. (2013), que é originária de Taiwan, e de Recktenwald (2015), desenvolvida na China (Hong Kong). Os autores Zhang e Liu (2015) são chineses, entretanto atuam na Universidade Simon Frasier do Canadá. Somando-se os trabalhos coletados, apresenta-se o seguinte: dois trabalhos brasileiros, cinco dos Estados Unidos, dois do Canadá, um da Inglaterra, dois da França<sup>15</sup>, um da Polônia, um da China (Hong Kong), um da Dinamarca, um da Suécia, um de Taiwan e um da Turquia. Os artigos e resumos foram publicados em revistas e eventos dos Estados Unidos (5), do Canadá (3), da Itália (2), da Inglaterra (1), da Romênia (1) e da Suíça (1). Os trabalhos de conclusão de curso e dissertação Mestrado estão publicados em repositórios das instituições de ensino dos países de origem, que são Estados Unidos (2), Brasil (1), Suécia (1) e Dinamarca (1).

Os objetivos dos trabalhos são variados, permeando a arquitetura da plataforma, uso da linguagem, questões de formação de comunidades dentro do Twitch e performance de *streamers* e audiência. De alguma forma, a maioria dos estudos se interessa pelos fatores humanos, apesar de alguns focarem mais no aspecto técnico, ao refletir questões estruturais que se relacionam com interações sociais ou com a própria interação dos atores humanos dentro da plataforma. De maneira resumida, pode-se afirmar que os estudos se direcionam para as relações entre *broadcaster* e audiência, para a formação de comunidades e à experiência dos usuários dentro de um contexto amplo do cenário de *streaming* de *games* do Twitch. Entretanto, apenas o trabalho de Gandolfi (2016) adota uma perspectiva sociotécnica.

---

<sup>15</sup> Será considerado dois da França, pois um dos trabalhos brasileiros foi realizado com colaboração francesa.

Quanto às referências, cinco trabalhos citam o estudo dos autores Cheung e Huang (2011). Os resultados desses dois autores baseiam-se em pesquisas com a audiência de campeonatos competitivos do jogo de estratégia Starcraft, produto da desenvolvedora Blizzard. Segundo Cheung e Huang (2011), ser um espectador de jogos, seja casual ou de campeonatos profissionais, vem se tornando uma atividade de crescente popularidade. Inclusive o *gamer* casual prefere assistir profissionais a jogar, seja por entretenimento ou para observar jogadores mais habilidosos e aprender com eles. Os autores sugerem que o design de jogos eletrônicos atente para maneiras de melhorar a experiência desse tipo de consumidor. Portanto esse trabalho é relevante, uma vez que um dos questionamentos iniciais dentro de uma pesquisa sobre *streaming* de *games* gira em torno de “por que um *gamer* prefere assistir outros jogadores, ao invés dele mesmo jogar?”. Cheung e Huang (2011) chegam a uma resposta, tratando o assistir ao *streaming* de *games* como uma espécie de entretenimento, algo semelhante ao que acontece em outros esportes como: futebol, vôlei, esportes radicais e tantos outros.

Em seguida, os próximos parágrafos pretendem descrever os resultados de cada um dos dezessete trabalhos levantados. Iniciando pela incursão etnográfica dos autores Hamilton et al. (2014) nas comunidades de *streaming* ao vivo de *games*, o estudo aponta que a participação nessas comunidades é convidativa. Referenciando Simmel (1949), os autores explicam que a participação nessas comunidades se baseia na necessidade de socialização e que a mesma é satisfeita. Porém, existem problemas quando uma comunidade de um determinado canal de *streaming* fica muito grande e popular, pois a interação e o senso de comunidade são comprometidos. Em comunidades de *streaming* menores e menos populares, o engajamento e a interação entre os atores sociais são maiores. Os autores relacionam esses fatores com a teoria midiática da entropia de McLuhan (1964), onde “quente” faz referência ao canal de *streaming* mais popular e “frio” ao canal menos popular.

Da etnografia para o estudo da arquitetura do Twitch, de Zhang e Liu (2015). O estudo desses autores aponta que o tráfego do Twitch cresce em média 8% por mês. A latência<sup>16</sup> do upload do *broadcaster* e do envio de mensagens instantâneas impacta de forma direta na experiência do *streaming*, sendo que a latência do *streamer* é mais longa. Em uma linguagem menos técnica, o conteúdo gerado pelo *broadcaster* chega com atraso para a audiência, logo os *viewers* vão interagir de volta com o mesmo atraso. Os autores consideram que o serviço se

---

<sup>16</sup> Tempo de envio e resposta de informações entre um servidor e um dispositivo a ele conectado.

encontra em um estágio infantil de desenvolvimento. Eventos de grande magnitude devem continuar surgindo, como o *Twitch Plays Pokémon*, impactando a estrutura da plataforma.

Cabe aqui um rápido adendo para relatar o que é *Twitch Plays Pokémon*. Este experimento social foi criado por um australiano anônimo, ao utilizar comandos do *Internet Relay Chat (IRC)*<sup>17</sup> disponível no *chat* do Twitch, possibilitando que a audiência controlasse o jogo que estava sendo exibido no *streaming*. O *game* em questão foi o Pokémon Red, primeiro da franquia Pokémon e lançado originalmente para o console portátil Game Boy, da Nintendo. Se já é um desafio para apenas um jogador guiar um personagem dentro desses universos ficcionais, a situação se torna ainda mais complexa para milhares de pessoas ao mesmo tempo (a experiência chegou a alcançar 120 mil pessoas tentando controlar o jogo em simultâneo). Em dezesseis dias, a experiência alcançou a meta e o coletivo conseguiu completar o jogo. Porém, a experiência não encerrou as atividades por aí e outros jogos da franquia Pokémon receberam o mesmo tratamento (LEITE; TESSAROLO, 2014; GARROCHO; JOSEPHSON, 2014; AMARO; FREITAS, 2016).

Retornando para os resultados dos trabalhos coletados, Smith et al. (2013) observaram a maleabilidade entre usuários ativos e passivos no *streaming* de *games*. Se o *broadcaster* é considerado ativo e a audiência passiva, pois um controla o jogo e os outros não, em uma visão superficial os atores estariam em categorias distintas. Para os autores, entretanto, não se pode fazer essa distinção, pois os atores a todo instante colaboram e entram em conflito dentro da experiência do *streaming*, gerando interferências mútuas no seguimento do jogo e da transmissão. Ainda segundo o estudo, os autores sugerem categorizações dos tipos de *streamings* que, por consequência, atraem audiências segmentadas. São três categorias: *e-sports*, atraindo uma audiência que assiste *games* interessada na competitividade; *speedrunning*, na qual o *broadcaster* tenta terminar o jogo o mais rápido possível; e *let's play*, uma categoria mais casual e menos envolvida com qualquer outro objetivo se não o interesse pela informação, diversão e entretenimento.

Para Edge (2013) os *e-sports* e o *streaming* ao vivo de *games* são comunidades e mercados emergentes, com vastos e dedicados seguidores. A implementação de sistemas como o Twitch influenciou de forma significativa o crescimento da audiência de *e-sports*, focada no cenário competitivo e profissional. Um dos motivos desse crescimento está na facilidade de uso

---

<sup>17</sup> Protocolo de comunicação pela internet surgido em 1993. Disponível em: [http://pt.wikipedia.org/wiki/Internet\\_Relay\\_Chat](http://pt.wikipedia.org/wiki/Internet_Relay_Chat). Acesso em 18 de novembro de 2015.

do sistema de *streaming*, pois não necessita de utilização de *softwares* e *hardwares* complexos, segundo Edge (2013). Ou seja, o barateamento das tecnologias e a facilidade do acesso contribuem para o crescimento da popularidade do *streaming* de *games*.

Pires e Simon (2015) traçam um comparativo entre o Twitch e o YouTube Live. Diferente do Twitch, o YouTube Live não é focado em *games*. Os autores demonstram que o pico de uma experiência de *streaming* chega a alcançar 1 Tbps<sup>18</sup> de largura de banda, logo fica evidente o porquê do tráfego estar em quarto lugar nos Estados Unidos. O Twitch tem um ambiente mais maduro que o YouTube Live, por ser um sistema com mais tempo de existência. Essa maturidade se deve em grande parte à comunidade engajada da plataforma. Além disso, há diferenças no comportamento do *broadcaster* do Twitch, sendo este mais leal ao serviço e mantendo a plataforma em constante fomento de conteúdo, segundo Pires e Simon (2015).

Ao encontro das ideias de Pires e Simon (2015), Kaytoue et al. (2012) estudam os rankings de audiência. Resultados apontaram que o Twitch é o favorito da comunidade *gamer* e daqueles que assistem *e-sports*. Torneios e lançamentos de novos *games* tem um rápido efeito no aumento da audiência. Segundo método sugerido pelos autores, a audiência pode ser prevista, pois canais mais antigos contam com mais espectadores, podendo ser estabelecida uma relação direta entre tempo e crescimento da audiência. Os autores ainda apontam uma concentração da audiência em poucos canais, pois segundo os dados levantados no estudo 10% dos *streamings* mais populares concentram 95% dos espectadores.

Em seguida, destaca-se a reflexão crítica de Walker (2014). Para o autor, apesar do *streaming* ao vivo de *games* representar um empoderamento das vozes dos consumidores, os usuários desses sistemas ainda ficam limitados por questões técnicas, econômicas e culturais. De certa forma o *streaming* de *games* representa o poder de grandes empresas, oferecendo pouco espaço para desenvolvedores pequenos e independentes. As fronteiras entre trabalho e prazer se tornam borradas para o *broadcaster*, que define sua profissão como *streamer* de *games*, fomentando ainda mais o lucro dos grandes desenvolvedores e abrindo mercado para essas empresas através da sua audiência.

Com o objetivo de propor um algoritmo de recomendação de canais de *streaming*, Yang et al. (2013) utilizam dados do Twitch. Os autores argumentam que nesta plataforma de

---

<sup>18</sup> *Terabyte per second*: é difícil explicar sem entrar em uma linguagem muito técnica, mas pode ser entendido como uma circulação gigantesca de dados. Para mais informações: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Terabyte>. Acesso em 3 jun. 2016.

*streaming de games* o algoritmo de recomendação de canais é baseado no mais visto, ou seja, oferece aos usuários seleções definidas pela popularidade de uma transmissão. Entretanto, esse método não leva em consideração as preferências dos usuários e, uma vez que estes não estariam dispostos em visitar canal por canal até encontrar o que mais lhes interessa, Yang et al. (2013) criaram um algoritmo que se baseia nos canais acessados e no tempo assistido, para recomendar transmissões com conteúdo semelhante para o *viewer*. Após realizar testes, os autores verificaram que o algoritmo criado por eles é mais preciso que outros.

Com milhões de *streamers* e espectadores, o *chat* do Twitch concentra uma variedade de estilos de linguagem. É o que aponta o artigo de Olejniczak (2015), na qual o autor analisou os textos do bate-papo da plataforma. Segundo o estudo, por ter muita gente conversando ao mesmo tempo no *chat*, o ambiente é abundante em neologismos e *emoticons* com significados específicos da plataforma. Isso significa que as mensagens são dependentes do contexto e seguem certos padrões sintáticos, o que gera conteúdos definidos pela quantidade de usuários conversando ao mesmo tempo. Neste caso, canais menores geram debates com conversações onde transparece a individualidade do usuário, enquanto transmissões com milhares de espectadores resultam no uso de muitos *emoticons* e repetições. Por fim, Olejniczak (2015) ainda afirma que a linguagem utilizada no Twitch influencia toda a comunidade *gamer*.

Ainda no âmbito da linguagem, Recktenwald (2015) busca compreender os eventos dentro do jogo e o seu papel na construção de interações no *streaming de games* no Twitch. Por se tratar de um trabalho em andamento, o autor afirma que muitas representações giram em torno dos eventos que se dão simultaneamente ao jogo. Apesar de ser um resultado preliminar vago, Recktenwald (2015) deixa entender que acontecimentos do jogo influenciam o *streamer* e audiência de formas diferentes na experiência das transmissões.

Por sua vez, a dissertação de Mestrado de Raes (2015) explora com mais fôlego os motivos que levam os usuários do Twitch a se engajar e produzir conteúdo para a plataforma. O autor aponta que o capital social e cognitivo são as vantagens intangíveis mais importantes que motivam as pessoas a se engajar no Twitch. O que leva a criação de comunidades próprias dentro da plataforma, influencia desenvolvedores de *games* e resulta em pessoas dispostas em pagar por entretenimento aos moldes de *do it yourself*<sup>19</sup>.

---

<sup>19</sup> Raes (2015) faz uma analogia com um modo de produção midiática artesanal, no estilo faça você mesmo, onde os usuários manipulam todo o processo de confecção, distribuição e exibição de transmissões ao vivo.

Explorando as características do Twitch, Farrington e Muesch (2015) trabalham em duas frentes: uma mais técnica e outra sobre as preferências e opiniões de usuários. Entretanto, os autores acabam focando mais na parte técnica, pois segundo eles a preferência dos usuários por determinados jogos muda sem previsão. Desta forma, o estudo aponta que o som na plataforma é codificado em AAC, com frequência de 44,1 KHz, porém os usuários não sabem configurar corretamente na parte do cliente (computador do usuário), resultando em um áudio muito alto ou muito baixo. Já na parte do vídeo, a codificação é H.264, com um *preset* rápido x264 e as resoluções mais usadas são 960x540, 1280x720 e 1920x1080. Se o Twitch reduzisse o número de resoluções suportadas, facilitaria o processo de configuração e a necessidade da utilização de *hardwares* poderosos por parte dos *streamers*.

Analisando 30 mil linhas de texto do bate-papo, originários de três canais de homens e de outros três canais de mulheres do Twitch, Alklid (2015) investiga a extensão de comportamentos e ideias sexistas expressas por usuários da plataforma. O estudo conclui que o Twitch é um ambiente sexista, principalmente direcionado às mulheres, o que se configura como machismo e conversações consideradas tóxicas na plataforma.

O trabalho de conclusão de curso do brasileiro Macedo (2014) teve como objetivo apresentar uma nova perspectiva do consumo de informação através do *streaming* ao vivo de *games*. Com pesquisa bibliográfica de cunho dedutivo, o autor explora o consumo pelas propostas da cauda longa (ANDERSON, 2006). Este conceito de cauda longa desenvolve sobre modelos de negócios baseados em fatores trazidos pela internet, nos quais produtos de nicho são possíveis de se tornarem acessíveis a um grande número de consumidores, transformando mercados de nicho em escalas grandes o suficiente para rivalizarem com mercados de massa. Macedo (2004) conclui que transmissões ao vivo de jogos tem se tornado uma prática de consumo com significativa parcela de usuários.

O artigo de Karhulahti (2016) encontra proximidades com o que será desenvolvido nessa dissertação. O autor trabalha com o conceito de performance, pelas ideias de Goffman (2014), analisando funções específicas do conceito através de observações a um canal de *streaming* do Twitch. Karhulahti (2016) faz uma distinção de canais pessoais e impessoais, sendo que os primeiros são de jogadores em suas casas, enquanto os segundos são de campeonatos e eventos. Estes últimos são muito semelhantes a transmissões da televisão tradicional, com estádios lotados, locutores e comentaristas intermediando a experiência e altos investimentos de grandes empresas. O autor vai se concentrar nos canais pessoais, em

específico no *streaming* do usuário “*Gross Gore*”, onde foi identificado dois tipos de performance que afetam a estética da experiência: *prank* e *troll*. Enquanto o *streamer* se enquadra em uma performance que faz sentido para sua personalidade e posição de mediador da ação, a audiência e outros jogadores, que reconhecem a figura do *streamer* dentro do jogo, tentam de alguma forma chamar atenção para si ou causar algum efeito durante a transmissão ao vivo. Isso resulta, por exemplo, em membros da audiência chamando a polícia para fazer uma visita à casa do *streamer*, enquanto estava acontecendo uma transmissão ao vivo (*prank*), ou jogadores no mundo do *game* atuando de forma diferente do usual para prejudicar deliberadamente o avanço de “*Gross Gore*” nas partidas (*troll*). Seriam três fatores essenciais na estética da performance nos *streamings* pessoais no Twitch, conclui Karhulahti (2016): I) sentimento de afetar a transmissão; II) o suspense derivado de esperar que algo inesperado aconteça; e, III) partilhar de desenvolvimentos dramáticos que ocorrem no *streaming* de *games*.

Por fim, um resumo e um artigo também desenvolvem sobre ideias de performance, mas não problematizam o conceito, abordando performance como desempenho. Pellicone (2016) apresenta um trabalho em andamento, que busca entender a performance da prática do *streaming* de *games* enquanto produtora e reprodutora de relações de poder, em níveis coletivos e individuais, e como isso afeta a economia do campo dos jogos digitais. Por sua vez, no único trabalho com uma proposta sociotécnica, Gandolfi (2016) explora a prática do *streaming* de *games* através de um questionário e observações de vídeos gravados de transmissões. Os resultados do questionário guardam semelhanças com a coleta de dados que será apresentada mais tarde nesta dissertação, como o perfil dos usuários ser de jovens homens estudantes, em sua maioria, e que a dimensão de socialização online, de fazer amigos e conversar sobre assuntos que extrapolem o mundo dos *games*, é marginalizada na experiência do Twitch. Na observação dos vídeos gravados, Gandolfi (2016) percebeu três tipos de performance: I) o desafio, performado pelo *streamer* “profissional”, na qual ele age com autoridade sobre o jogo em uma direção de cima para baixo; II) a exibição, performada pelo “hedonista”, dependente parcialmente da habilidade de jogo e interação com a audiência; e III) a troca, performada pelo “companheiro”, contando com sentimentos nostálgicos ou emocionais em relação aos jogos e aberto aos *insights* dos espectadores.

Em seguida, apresenta-se um quadro resumo com o levantamento do estado da arte sobre o *streaming* de *games* na plataforma Twitch:

**Quadro 1 - resumo do estado da arte sobre o Twitch e *streaming de games***

<b>Trabalho</b>	<b>2 estudos brasileiros e 15 internacionais.</b>
<b>Autores</b>	22 autores (KAYTOUE et al., 2012; EDGE, 2013; HAMILTON et al., 2014; SMITH et al., 2013; PIRES; SIMON, 2015; ZHANG; LIU, 2015; WALKER, 2014; YANG et al., 2013; OLEJNICZAK, 2015; RECKTENWALD, 2015; RAES, 2015; FARRINGTON; MUESCH, 2015; ALKLID, 2015; MACEDO, 2014; KARHULAHTI, 2016; PELLICONE, 2016; GANDOLFI, 2016).
<b>Áreas do conhecimento</b>	Áreas diversas. São trabalhos das áreas da Ciência da Computação, Engenharia, Design, Sociologia, Antropologia e Comunicação, Literatura.
<b>Objetivos</b>	Os objetivos são dos mais variados, com foco na técnica, na experiência dos usuários dentro da plataforma Twitch, na formação de comunidades e uso da linguagem. Em linhas gerais, alguns focam mais nos fatores técnicos e outros em fatores humanos.
<b>Metodologias</b>	Cinco estudos estatísticos quanti-qualitativos, cinco produções qualitativas, um trabalho experimental, dois estudos exploratórios e três trabalhos de revisão bibliográfica.
<b>Período das publicações</b>	Trabalhos recentes, sendo um de 2012, três de 2013, três de 2014, sete de 2015 e três de 2016.
<b>Locais de origem</b>	Dois trabalhos brasileiros, cinco dos Estados Unidos, dois do Canadá, um da Inglaterra, dois da França, um da Polônia, um da China (Hong Kong), um da Dinamarca, um da Suécia, um de Taiwan e um da Turquia.

<b>Palavras-chave</b>	<i>Live-streaming</i> aparece em oito estudos, Twitch está presente em seis trabalhos e <i>games</i> (ou <i>videogames</i> ) aparecem em cinco produções.
<b>Resultados</b>	Os artigos apontam para o crescimento do cenário de <i>streaming de games</i> . O Twitch é a plataforma mais popular, detentora de uma comunidade engajada e que influencia toda a comunidade <i>gamer</i> . O interesse na plataforma e no <i>streaming de games</i> surge de todos os lados: consumidores, cientistas, indústria de jogos eletrônicos e subsidiários. O Twitch pode ser considerado um fenômeno midiático, social e cultural pelos seus expressivos números de tráfego e audiência.
<b>Referências</b>	Quatro estudos referenciam os autores Cheung e Huang (2011), que abordam características do espectador de <i>games</i> . Smith et al. (2013) e Kaytoue et al. (2012) são referências em três trabalhos.

**Fonte: Elaborado pelo autor.**

Este levantamento do Estado da Arte sobre o Twitch e o *streaming de games* revelou que, no Brasil, o tema ainda carece de interesse científico mais abrangente, não apenas concentrado no *Twitch Plays Pokémon*. Já as produções internacionais expõem a diversidade de olhares com as quais é possível abordar o tema. Entretanto, os estudos enfatizam as atuações ora humanas e ora técnicas, separando o que poderia ser analisado em conjunto.

As explorações sobre os conceitos de consumo e performance são limitadas, o que de forma alguma se constitui como um problema desses estudos, mas sim uma justificativa para este trabalho caminhar por um terreno cheio de possibilidades. O caminho a ser trilhado pretende desenvolver para além de conceitos de consumo mercadológicos e de performance como desempenho ou atuação teatral.

Para os trabalhos coletados neste Estado da Arte, a estrutura do sistema do *Twitch* sustenta as interações sociais, fomentadas por tipos de audiências em comunidades mais ou menos fortes, concentradas em torno dos *games*. A partir disso, este trabalho vai elaborar uma problematização que leva em consideração esses fatores, acrescentando ideias da Teoria Ator-Rede e dos conceitos de consumo e performance. De qualquer forma, os estudos levantados auxiliam no repertório de como encarar o objeto de pesquisa e oferecem um ponto de partida.

### 1.3 PROBLEMA

A narrativa textual de um estudo científico nem sempre oferece espaço para contingências. Da introdução até o momento da apresentação de um problema de pesquisa, parece que tudo foi organizado e planejado com exatidão. Porém, qualquer pesquisador sabe que nem sempre o trabalho se constrói dessa maneira.

Anterior a uma familiaridade com a Teoria Ator-Rede e com os conceitos de consumo e performance, surgiu o interesse em pesquisar o Twitch, pelos motivos já registrados na justificativa. O primeiro esforço realizado para entender o objeto foi a realização do levantamento do Estado da Arte. A partir daí foram identificadas lacunas de pesquisa, enquanto se aprofundava na Teoria Ator-Rede e nos conceitos de consumo e performance.

Essas lacunas de pesquisa tratam da separação entre técnica e relações humanas, não somente em visões ontológicas e sociais, mas também por uma falta de percepção da complexidade e possibilidades de agência. Ou, em outros termos, a negação de que humanos e não humanos se afetam mutuamente, nas suas ações e relações de consumo e performance.

Portanto, vislumbrando uma investigação por essas lacunas de pesquisa, em conjunto com o interesse de investigar um fenômeno que envolve tecnologia, questiona-se: de que maneiras o consumo como performance emerge nas relações entre atores humanos e não humanos na plataforma de *streaming* de *games* Twitch?

## 1.4 OBJETIVOS

### 1.3.1 Objetivo Geral

- Investigar de que maneiras o consumo como performance emerge nas relações entre atores humanos e não humanos na plataforma de *streaming* de *games* Twitch.

### 1.3.2 Objetivos Específicos

- Compreender como o consumo como performance pode ser percebido nas relações entre atores humanos e não humanos na plataforma de *streaming* de *games* Twitch;

- Observar como o Twitch interfere e participa nas relações de consumo como performance no *streaming* de *games*;

- Relacionar como os usuários do Twitch agenciam a plataforma e elaboram táticas e estratégias próprias de consumo e performance.

## 1.5 SOBRE O MEU OLHAR

Para alcançar os objetivos propostos, será realizado um empreendimento etnográfico para conduzir a investigação. A performance é entendida como qualquer ação, de qualquer ator. E o consumo permite que essa ação ocorra, enquanto relação dos atores com as materialidades. Ambos os conceitos constroem e (re)afirmam a identidade dos sujeitos. Já a Teoria Ator-Rede é o pano de fundo para a pesquisa, enquanto sensibilidade que permite emergir um social conectado em rede, em um sentido não estrutural, que inclui humanos e não humanos interagindo através de ações que se movimentam em um fluxo contínuo. A ação dos atores do *streaming* de *games*, baseados no Twitch, são os dados de pesquisa que, pela etnografia, serão observados e relacionados enquanto consumo como performance.

A etnografia exige um esforço reflexivo do autor em relação ao campo pesquisado, na tentativa de se colocar perante uma produção de conhecimento relativista. Abraçar o objeto de pesquisa sem desvios etnocêntricos é impossível e, dado esse fato, é importante meu posicionamento em um lugar de fala específico de onde se produz um trabalho etnográfico.

Talvez o marco inicial de uma trajetória, tanto de pesquisa quanto profissional, pode ser traçado ao momento em que meu pai trouxe para casa o primeiro computador que eu tive contato na vida. Um 386. 20 MHz de pura potência. Para efeito de comparação, os processadores atuais chegam a 4GHz ou mais (duas mil vezes mais rápidos do que o 386 dos anos 90). Eram outros tempos e a felicidade residia em jogar Doom<sup>20</sup> escondido no computador. Escondido, pois além de ser um *game* violento, o computador era objeto de posse da minha irmã mais velha. Quase na mesma época, um pequeno negócio no bairro dispunha de *videogames* para a locação por tempo, o que me permitiu investir minhas poucas moedas em horas de diversão no mundo de Donkey Kong Country<sup>21</sup>. Mais tarde, no fim da década de 90, meu irmão ganhou um Super Nintendo. Saudoso console, que em conjunto dos jogos Super Mario World<sup>22</sup>, The Legend of Zelda<sup>23</sup> e Super Metroid<sup>24</sup> fizeram da minha infância um lugar de explorações fantásticas. Essas lembranças são muito queridas, pois foi um começo de uma relação com os *games* que se estendeu e ainda se estende no fluxo do tempo. Outros jogos, computadores e *videogames* fizeram parte da minha vida, e são tão queridos quanto os relatados, porém não é relevante se prolongar neste assunto. O ponto principal aqui é afirmar que durante o meu desenvolvimento pessoal e profissional, as tecnologias e os *games* estiveram presentes em vários momentos.

Na graduação em Relações Públicas fui me envolvendo aos poucos com a comunicação digital. Tanto foi assim que meu trabalho de conclusão de curso se intitulava “Geração Y e a Comunicação: Influência das Mídias Digitais no Relacionamento Interpessoal e Comportamento”. Em seguida, já sabendo que gostaria de me aprofundar ainda mais na temática da Cibercultura e na carreira acadêmica, iniciei uma especialização em Cultura Digital e Redes Sociais, na Unisinos. Foi neste ponto, no período final de 2014, que conheci o Twitch e o *streaming* de *games*. Apesar de não ter conseguido concluir a especialização, em função da seleção no curso de Mestrado em Processos e Manifestações Culturais, foi uma etapa que me fez abrir os olhos para uma gama maior de objetos de pesquisa.

---

<sup>20</sup> Um dos jogos fundadores do gênero de tiro em primeira pessoa (*First Person Shooter*). Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Doom>. Acesso em 9 jun. 2016.

<sup>21</sup> Jogo de plataforma para o Super Nintendo. Disponível em: [https://pt.wikipedia.org/wiki/Donkey\\_Kong\\_Country](https://pt.wikipedia.org/wiki/Donkey_Kong_Country). Acesso em 9 jun. 2016.

<sup>22</sup> Jogo de plataforma da série Mario. Disponível em: [https://pt.wikipedia.org/wiki/Super\\_Mario\\_World](https://pt.wikipedia.org/wiki/Super_Mario_World). Acesso em 9 jun. 2016.

<sup>23</sup> Jogo de ação e aventura em um mundo fantástico. Disponível em: [https://pt.wikipedia.org/wiki/The\\_Legend\\_of\\_Zelda:\\_A\\_Link\\_to\\_the\\_Past](https://pt.wikipedia.org/wiki/The_Legend_of_Zelda:_A_Link_to_the_Past). Acesso em 9 jun. 2016.

<sup>24</sup> Jogo de plataforma, com elementos de ação e aventura. Disponível em: [https://pt.wikipedia.org/wiki/Super\\_Metroid](https://pt.wikipedia.org/wiki/Super_Metroid). Acesso em 9 jun. 2016.

Como é possível perceber pelo meu relato, sempre fui um *gamer*. Em alguns momentos mais *hardcore*, de virar noites jogando, e outros momentos um *gamer* mais casual. Quando tomei conhecimento da existência do Twitch, surgiu logo um interesse e uma curiosidade. Naquela etapa acabei não dando tanta atenção a plataforma, nem como espectador e muito menos como pesquisador, por nenhum motivo especial. Foi apenas em 2015, quando já inserido no Mestrado, que o meu contato com o objeto de pesquisa se tornou uma constante. Após muita reflexão e uma conversa com minha orientadora, se confirmou o interesse de pesquisa, pois juntos chegamos à conclusão de que o Twitch ofereceria possibilidades concretas de resultados relevantes para os conceitos de consumo e performance. Entretanto, minha relação com o Twitch nunca foi puramente científica, afinal a plataforma também me entretém, me faz passar o tempo e me permite acompanhar meus jogos preferidos sendo jogados. Posso ser considerado um “nativo”? Não tenho certeza. Há inúmeros acontecimentos do Twitch que simplesmente não compreendo ou passam despercebidos. Portanto, o meu relacionamento com o campo pesquisado é tão complexo quanto as reflexões geradas pela minha observação. Sem dúvidas o distanciamento entre usuário e pesquisador se faz necessário, porém considero essa dualidade saudável para me desvencilhar de uma produção de conhecimento positivista.

Por enquanto falei de aspectos pessoais individuais, porém essa pesquisa também é um esforço coletivo. Nada do que está escrito aqui seria possível sem a devida orientação. Durante seis anos, minha orientadora Sandra Portella Montardo desenvolveu o projeto de pesquisa: “Consumo como performance em sites de redes sociais”. Além da Sandra, outros pesquisadores contribuíram no mesmo projeto, como Adriana Amaral (Unisinos), Suely Frago (UFRGS), Thais Della Torres da Silva (Feevale), Cristiane Weber (Feevale) e Willian Fernandes Araújo (UFRGS). Em relação à Teoria Ator-Rede, quem me ajudou muito foi Willian Fernandes Araújo, orientado pela Sandra no Mestrado em Processos e Manifestações Culturais, e atual doutorando em Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Suas sugestões de leitura e pontuações sobre a TAR foram essenciais.

Ao mesmo tempo, minha inserção no Grupo de Pesquisa em Processos Midiáticos e Apropriação dos Meios de Comunicação, organizado e orientado pela Sandra, também enriqueceu o trabalho. Os debates, os textos lidos e demais atividades realizadas no grupo tiveram contribuições imensuráveis. É difícil de dar visibilidade para cada aspecto que foi visto durante as reuniões, porém posso elencar onde o conhecimento gerado pelo grupo aparece: no próprio processo de construção estrutural da dissertação, e nas reflexões éticas e metodológicas.

Outro ponto fundamental para esta produção foi a Oficina de Estudos Etnográficos, ministrada pelas professoras Ana Luiza Carvalho da Rocha e Margarete Fagundes Nunes, na

Universidade Feevale. Para mim, que nunca antes tinha entrado em contato em profundidade com as reflexões da Antropologia e, por consequência, nas temáticas envolvendo a etnografia, foi como descobrir um novo universo, fascinante e assustador, e que dele nunca mais será possível sair. As leituras, as trocas de experiências entre os alunos e os conselhos das professoras Ana e Margarete têm contribuições visíveis por todos os lados deste trabalho.

Por último, é importante notar que cada disciplina cursada durante o Mestrado em Processos e Manifestações da Universidade Feevale acrescentou suas próprias contribuições neste trabalho. Talvez algumas tenham uma presença mais forte aqui, caso das disciplinas de Concepções de Cultura e Manifestações Culturais e Linguagem e Mídias Digitais. Não é produtivo citar cada uma das disciplinas, porém há de se ressaltar o processo de aquisição de conhecimento necessário para a produção deste estudo.

Em seguida, o desenvolvimento deste trabalho direciona-se para uma detalhada aproximação ao objeto de pesquisa Twitch, realizando uma descrição da formação, histórico e modelo de negócios da plataforma. Depois será abordado os aspectos técnicos visíveis no *website* do Twitch, na interface gráfica de usuário, com o intuito de observar parcialmente a agência e a circulação da ação. Com isso em mãos, será possível realizar futuras relações com os usos da plataforma.

## 2 TWITCH

### 2.1 DESCRIÇÃO E HISTÓRICO

O surgimento do Twitch, assim como muitos outros fenômenos ligados à internet, está relacionado ao barateamento e à acessibilidade de tecnologias de produção e distribuição de conteúdo. Câmeras de vídeo, conexão à internet banda larga, computadores e demais tecnologias proporcionaram a liberação do polo de emissão (LEMOS, 2007), possibilitando que indivíduos produzam e disponibilizem suas criações na *web*. Levando em conta este contexto, em 2007, quatro amigos de uma universidade dos Estados Unidos criaram o serviço Justin TV<sup>25</sup>, nomeado a partir do líder Justin Kan, com a proposta de permitir que os usuários realizassem transmissões ao vivo no estilo *reality show*, ou *lifecasting*, como os fundadores preferiam chamar. Montaño (2014) relata que os usuários do Justin TV realizavam as mais diversas transmissões, desde a vida interna de um galinheiro até retransmissões de um *reality show* de uma emissora por assinatura.

Dentre as diversas transmissões realizadas, foram surgindo nichos *gamers* que, apesar das dificuldades técnicas daquele momento, transmitiam suas sessões de jogos. Aos poucos esse segmento foi crescendo, até o ponto que os criadores do site Justin TV decidiram focar com exclusividade nesse setor. Nessa reviravolta, quem tomou a liderança da plataforma foi Emmet Shear, que segue como Chief Executive Officer (CEO), enquanto que Justin Kan não está mais associado a empresa. Assim, em 2011, nasce o Twitch com o slogan “*Social Video for Gamers*”<sup>26</sup>. Nota-se que um uso específico do Justin TV, que não era um uso planejado no início, foi aos poucos se tornando dominante, criando a necessidade de uma plataforma específica, que se refletiu no surgimento do Twitch. Van Dijck (2013) esclarece que esse é um fenômeno comum às plataformas digitais, que iniciam com um uso indeterminado para trocas comunicativas ou de conteúdo criativo entre amigos. São comunidades – grupo de universitários, amantes de fotografia e vídeo – que adotam práticas de interação online e desenvolvem práticas mediadas em suas rotinas.

É uma falácia comum, entretanto, pensar as plataformas como meras *facilitadoras* de atividades em rede, em vez de, a construção das plataformas e práticas sociais como

---

<sup>25</sup> Atualmente o serviço está desativado. Disponível em: [www.justin.tv](http://www.justin.tv). Acesso em 2 mar. 2016.

<sup>26</sup> O Twitch se apresenta como uma rede social para toda a indústria de *games*. Disponível em: <http://www.twitch.tv/p/about>. Acesso em 30 jan. 2016.

constituições mútuas. Sociabilidade e criatividade acontecem enquanto as pessoas estão ocupadas vivendo suas vidas. (VAN DIJCK, 2013, p. 6, tradução minha)<sup>27</sup>.

O argumento levantado por van Dijck (2013) é de relevância para o desenvolvimento deste trabalho, pois aponta para o relacionamento complexo entre a técnica (não humanos) e pessoas (humanos). Sem dúvidas a tecnologia permite que se estabeleça o fenômeno do *streaming de games*, porém, o Twitch como plataforma onde se realiza esta prática não é apenas fruto da “genialidade” de seus fundadores ou de suas características “especiais” ou mesmo das práticas dos usuários. Todos esses fatores se misturam e, por este motivo, este estudo se vale das sensibilidades da Teoria Ator-Rede (LATOIR, 2012) para compreender essas relações.

Os números do Twitch chamam a atenção. A plataforma atrai mais de 100 milhões de espectadores mensais e 1,7 milhões de *streamers*. Por alcançar tamanha popularidade, o Twitch foi comprado pela Amazon após uma disputa com o Google, pelo valor de 970 milhões de dólares. Entretanto, o Google não desistiu da ideia de ter sua própria plataforma de *streaming de games* e anunciou em 2015 o YouTube Gaming<sup>28</sup>. Outros concorrentes do Twitch incluem os serviços Hitbox e Azubu<sup>29</sup>, por exemplo. Há alguma semelhança entre Twitch e YouTube, porém o segundo conta com um amplo foco em vídeos *on demand*, enquanto o Twitch embasa sua atividade em transmissões ao vivo. Apesar de permitir que os usuários armazenem vídeos de transmissões passadas, o Twitch apenas destaca este conteúdo quando o canal acessado estiver offline. Entretanto, a plataforma iniciou recentemente suas atividades com vídeos *on demand*, permitindo que os seus usuários não apenas salvem transmissões passadas, mas também compartilhem conteúdo original sobre jogos.

É relevante compreender o contexto estrutural e cultural no qual o Twitch está inserido, dentro de um sistema mais amplo do ecossistema midiático contemporâneo. Van Dijck (2013) refere-se ao que chama de cultura da conectividade<sup>30</sup>, onde a participação e a vontade dos usuários em socializarem online gera dados de perfil e de comportamento, que se transformam em recursos para as plataformas digitais, como Google, Facebook, Twitter e também o Twitch.

*Conectividade* evoluiu rapidamente em um valioso recurso assim que os engenheiros encontraram formas de codificar informação em algoritmos que ajudam a marcar uma forma particular de socialização online e fazer lucro em mercados online – servindo

---

<sup>27</sup> Texto original: It is a common fallacy, though, to think of platforms as merely facilitating networking activities, instead, the construction of platforms and social practices is mutually constitutive. Sociality and creativity happens while people are busy living their lives. (VAN DIJCK, 2013, p. 6).

<sup>28</sup> YouTube Gaming: <https://gaming.youtube.com/>. Acesso em 30 out. 2016.

<sup>29</sup> Hitbox: <http://www.hitbox.tv/>. Azubu: <http://azubu.uol.com.br/>. Acesso em 30 out. 2016.

<sup>30</sup> Do livro nomeado “The Culture of Connectivity. A critical history of social media” (VAN DIJCK, 2013).

um mercado global de redes sociais e conteúdos gerados pelos usuários. (VAN DIJCK, 2013, p. 4, tradução minha)<sup>31</sup>.

Essa cultura da conectividade, baseada no desenvolvimento tecnológico e codificada em algoritmos, concretizada em ideais econômicos neoliberais e que dissolve os limites entre privado, público e corporativo, penetrou profundamente a sociedade contemporânea (VAN DIJCK, 2013). Assim como esse ecossistema midiático digital empodera seus usuários, afinal permite que se comuniquem mais rápido com amigos e familiares, se organizem em rede para os mais diversos fins e tenham espaço para suas produções criativas, por outro lado vem sendo tomado de assalto, gradativamente, pelo domínio de algumas corporações sobre as informações e dados dos usuários. São plataformas projetadas para formatar um tipo de socialização online que gere dados de perfil e de comportamento dos usuários, para que depois possam se tornar produtos e serviços customizados para estes mesmos usuários. O termo plataforma pode ser compreendido de maneiras diferentes, porém congruentes: Gillespie (2010, apud VAN DIJCK, 2012) explica que plataformas são arquiteturas computacionais, baseadas nas técnicas do *hardware* e *software*; também podem ser palcos políticos de ação ou de planos de ação; tomando de empréstimo conceitos da Teoria Ator-Rede, uma plataforma é um mediador, mais do que apenas um intermediário. Um mediador transforma e interfere no curso da ação, enquanto um intermediador seria apenas um facilitador. Agregando essas ideias, uma plataforma poderia ser considerada um conjunto tecnológico, com *hardwares* que oferecem suporte estrutural físico e *softwares* que rodam os códigos computadorizados, onde são processados os dados dos usuários através de interfaces gráficas amigáveis, refletindo as estratégias dos proprietários da plataforma e, ao mesmo tempo, oferecendo aos usuários um ambiente onde eles possam participar e compartilhar conteúdo. Dessa forma, quando o Twitch explora a frase “*Social Video for Gamers*”, pode ser identificado um plano de formatar um tipo de interação social entre os usuários, baseada em vídeos ao vivo de pessoas jogando, e monetizar os dados e produções dos usuários nos aspectos da cultura da conectividade.

O *streaming* pode ser traduzido para transmissão, e esta é a função básica do Twitch: permitir que os usuários transmitam ao vivo suas sessões de jogos. O termo *streaming* de *games* é utilizado neste estudo por se tratar da forma que a própria comunidade brasileira prefere adereçar a prática. Os *streamers* ou *broadcasters* são os termos usados para identificar quem transmite as sessões de jogos, enquanto espectadores, audiência ou *viewers* são chamados

---

<sup>31</sup> Texto original: “*Connectivity* quickly evolved into a valuable resource as engineers found ways to code sociality into algorithms that helped brand a particular form of online sociality and make it profitable in online markets – serving a global market of social networking and user-generated content. (VAN DIJCK, 2013, p. 4)

aqueles que assistem as sessões. A transmissão pode ser realizada após um cadastro no site com um e-mail, criando um nome de usuário e senha. Para iniciar uma transmissão pelo computador é necessário realizar o *download* e instalação de um *software* de terceiros. O próprio Twitch oferece algumas opções de links para download desses *softwares*. Já o Playstation 4 e o Xbox One são exemplos de *videogames* que basta fazer o download de um aplicativo do Twitch para iniciar a transmissão via esses dispositivos. Por sua vez, os espectadores podem assistir as transmissões por diversos dispositivos conectados à internet (*smartphones*, *tablets* e computadores). Não é necessário ser um usuário cadastrado para assistir as transmissões, porém, para usufruir das ferramentas proporcionadas pelo Twitch, como o *chat* ou a opção de seguir canais, o registro se faz necessário.

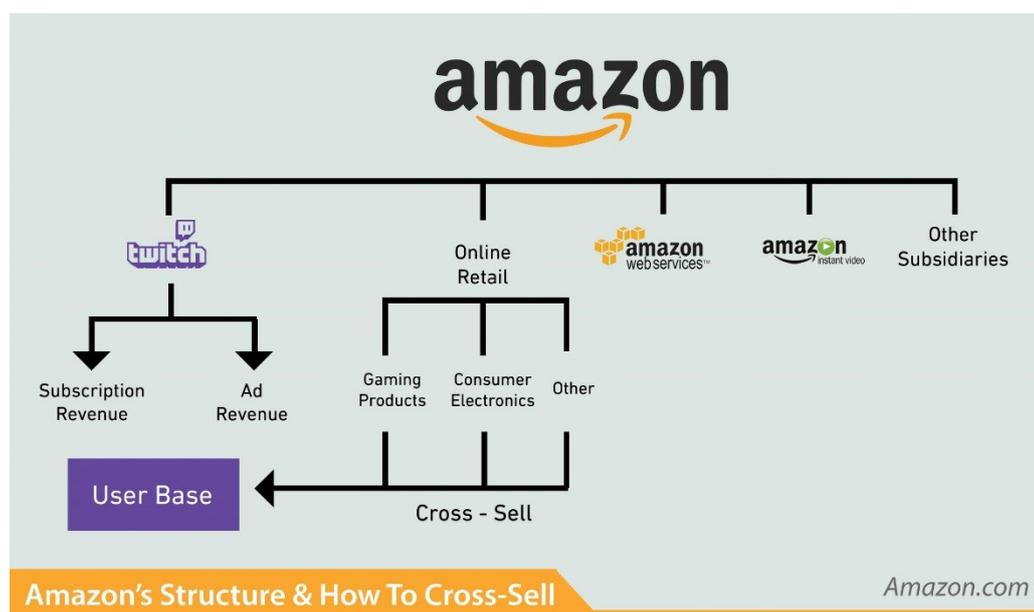
Cada *streamer* adota dinâmicas próprias para seus canais, na tentativa de entreter e manter a audiência interessada. Cada escolha, desde o jogo a ser transmitido até formas de interação com a audiência, refletem no tipo de audiência que o canal vai atrair. Os *streamers* são pessoas diversas, desde apreciadores de *videogames*, jogadores profissionais, que participam de campeonatos, até *gamers* que já conquistaram fama pela sua dedicação ao *streaming*. Entre os canais do Twitch existem desde os especializados em transmitir campeonatos e competições de jogos eletrônicos (*e-sports*), até canais sobre técnicas criativas para desenvolvimento de *games*, por exemplo. Nota-se que a plataforma está ligada a uma vasta gama de interesses da indústria de *games*. Salienta-se que a orientação do olhar deste trabalho está concentrada nas transmissões de jogadores para outras pessoas, afinal parece ser esta uma característica de distinção do Twitch. Transmissões de eventos e conteúdo de tutoriais criativos podem ser encontrados com maior facilidade em outros ambientes digitais e eletrônicos.

## 2.2 MODELO DE NEGÓCIOS

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

Quando ainda era Justin TV, a empresa recebeu investimento anjo<sup>32</sup> de 7 milhões de dólares em 2007. Mais tarde, quando já era Twitch, a empresa levantou 15 milhões de dólares em investimentos em 2012 e mais 20 milhões de dólares em 2013. Em 2014 foi comprado pela Amazon, porém manteve atuação independente, funcionando como um subsidiário<sup>33</sup>. A Figura 2 identifica a posição do Twitch no sistema da Amazon:

**Figura 2 – Twitch e a estrutura da Amazon**



**O Twitch gera receitas através de publicidade e inscrições de usuários, ao mesmo tempo que está ligado ao setor de varejo online da Amazon. Fonte: Ivey Business Review<sup>34</sup>.**

A publicidade no Twitch é uma importante fonte de renda, entretanto é direcionada para grandes anunciantes. Diferente do Google e Facebook, no Twitch não é possível cadastrar uma conta empresarial e iniciar seus próprios anúncios. Para negociar com a plataforma é preciso entrar em contato com uma equipe de vendas, seleta e localizada em apenas alguns países do mundo<sup>35</sup>, o que sugere uma busca por grandes anunciantes. Essa mesma publicidade também divide seus lucros com *streamers* inseridos no programa de parceiros, onde essas pessoas com

<sup>32</sup> Investimento anjo é uma injeção de dinheiro em pequenas empresas e *startups*, advinda de investidores que desejam lucrar futuramente com o crescimento do empreendimento. Disponível em: <http://www.investopedia.com/terms/a/angelinvestor.asp>. Acesso em 30 out. 2016.

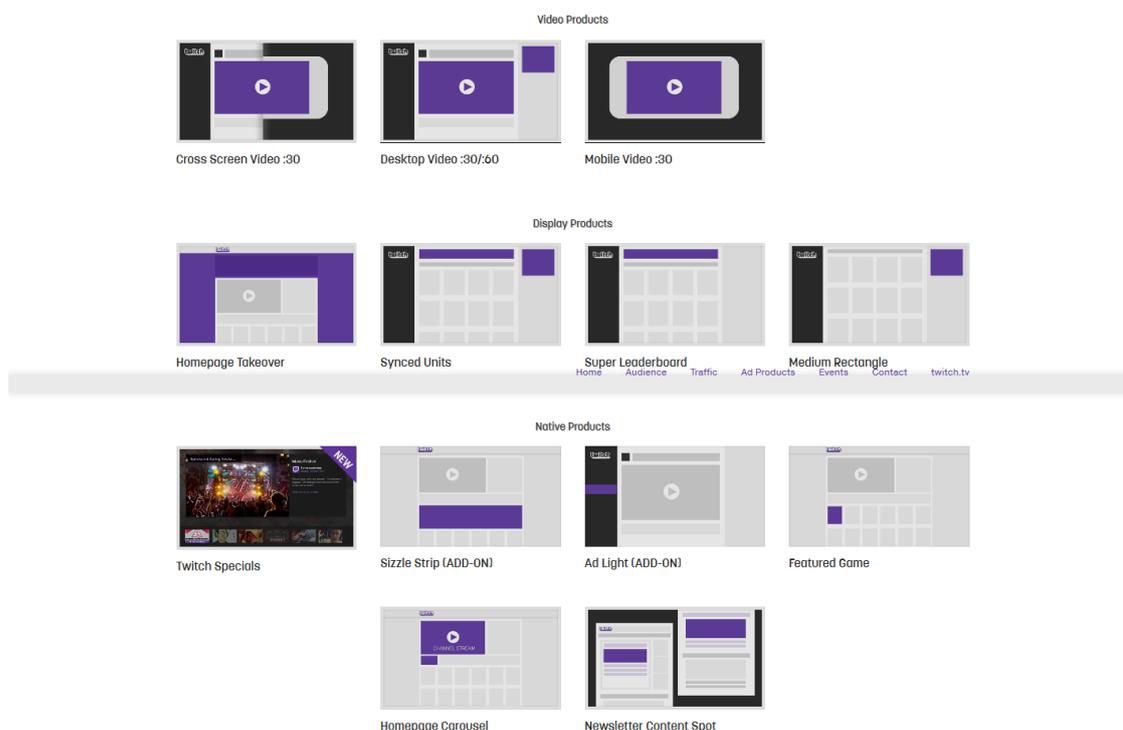
<sup>33</sup> Informações disponíveis em: <http://www.investopedia.com/articles/investing/082115/how-twitchtv-works-and-its-business-model.asp>. Acesso em 30 out. 2016.

<sup>34</sup> Disponível em: <http://iveybusinessreview.ca/blogs/ml0hba2017/2015/12/19/twitch-interactive-streaming-market-war/>. Acesso em 30 out. 2016.

<sup>35</sup> Disponível em: <http://twitchadvertising.tv/contact/>. Acesso em 30 out. 2016.

mais de 500 espectadores regulares e transmissões mínimas de três vezes por semana<sup>36</sup>, recebem entre U\$ 0,02 e U\$ 2,00 a cada 1000 visualizações de um anúncio<sup>37</sup>. A Figura 3 apresenta os tipos de anúncios presentes na plataforma:

**Figura 3 – Espaços para anúncios no Twitch**



**São diversos os tipos de anúncios no Twitch, incluindo vídeos, banners e até destaque de um jogo na página principal da plataforma. Fonte: Twitch. Acesso em 31 out. 2016.**

Outra importante fonte de receita para o Twitch são os formatos de inscrição, que no total são três: inscrição Turbo, inscrição no canal e Twitch Prime. Por U\$ 8,99 mensais os usuários podem se inscrever no formato Turbo, o qual proporciona uma experiência sem anúncios durante as transmissões, elimina os banners publicitários, oferta *emoticons* e outros itens cosméticos exclusivos para uso no *chat*<sup>38</sup>. Já nas inscrições em canais, onde *streamer* e Twitch dividem meio a meio os U\$ 4,99 pagos mensalmente, os usuários não recebem benefícios extras da plataforma, porém o dono do canal define o que vai oferecer para estes pagantes. Por último, o Twitch Prime foi lançado em outubro de 2016 e pelo valor mensal de

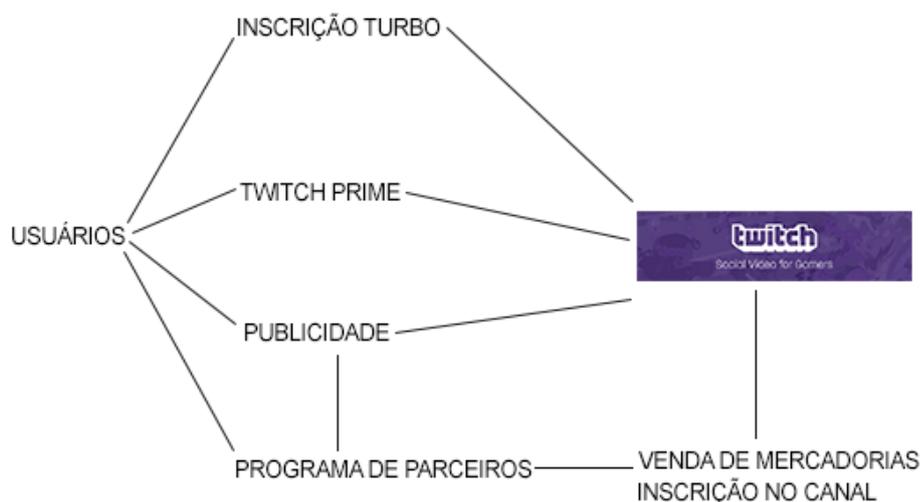
<sup>36</sup> Disponível em: <https://www.twitch.tv/p/partners>. Acesso em 30 out. 2016.

<sup>37</sup> Disponível em: <http://hackingrevenue.com/revenue/revenue-spotlight-twitch-tv/>. Acesso em 30 out. 2016.

<sup>38</sup> Disponível em: <https://www.twitch.tv/products/turbo/ticket/new?ref=header>. Acesso em 30 Out. 2016.

US\$ 10,99, sendo o primeiro mês grátis, o usuário recebe uma série de benefícios. São prêmios de personagens ou itens virtuais de jogos diferentes todos os meses, experiência de visualização sem anúncios, uma inscrição de canal grátis por mês, descontos na compra de jogos pela Amazon e acesso a séries e músicas do catálogo desta empresa. Por enquanto, o Twitch Prime está apenas disponível nos seguintes países: Estados Unidos, Canadá, Reino Unido, Espanha, França, Alemanha e Itália. Para finalizar, o Twitch também mantém uma loja online de venda de camisetas, sistema que funciona em conjunto com os *streamers* parceiros, sendo que a plataforma divide a receita com estes. A Figura 4 apresenta a estrutura do modelo de negócios do Twitch:

**Figura 4 - Estrutura do modelo de negócios do Twitch**



**O modelo de negócios privilegia anúncios e inscrições, dividindo uma parte de sua receita com *streamers* parceiros. Fonte: elaborado pelo autor.**

Com este modelo de negócios, excluindo o Twitch Prime, que é mais recente, em 2014 o Twitch deteve 43% de participação do mercado de conteúdo digital para *games*, se tornando o líder neste segmento, totalizando US\$ 1,6 bilhão em receitas. O YouTube segue uma perseguição muito próxima ao Twitch, afinal detém 72% da audiência<sup>39</sup>. De qualquer forma, a aquisição da plataforma realizada pela Amazon se justifica pelos números apresentados, ainda mais com projeções afirmando que o Twitch deve obter uma valorização de US\$5 a US\$20

<sup>39</sup> Disponível em: <https://www.superdataresearch.com/market-data/gaming-video-content-2015/>. Acesso em 30 out. 2016.

bilhões até 2020<sup>40</sup>. Nos parágrafos seguintes, será realizada uma descrição da interface de usuário do Twitch, focando no *website*, com destaques para a tela inicial e de *streaming*.

### 2.3 INTERFACE GRÁFICA DE USUÁRIO

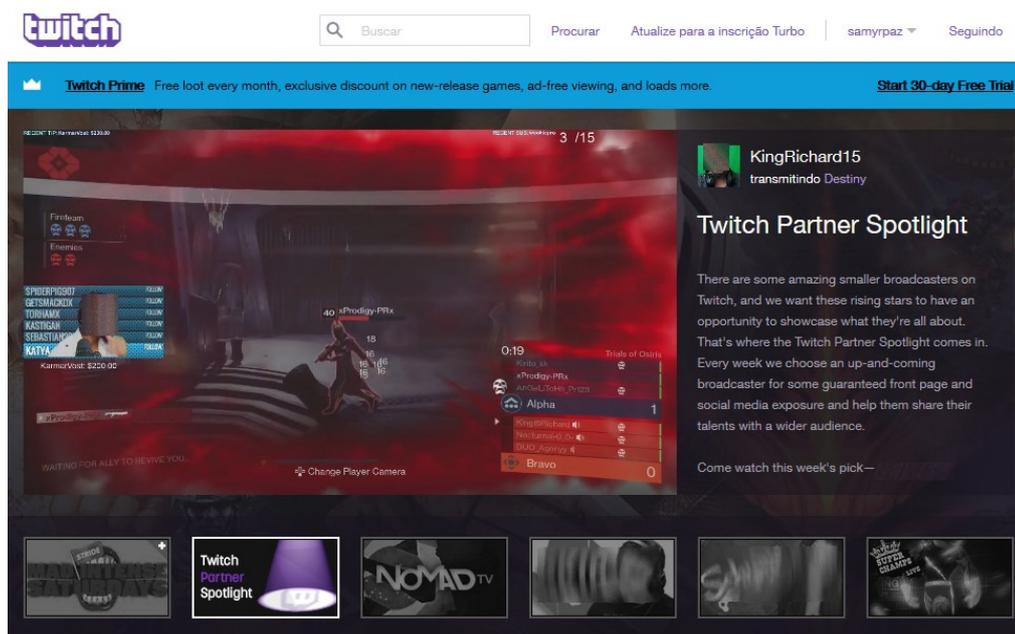
Em entrevista para um site especializado no assunto de ciência de dados, Emmet Shear, CEO do Twitch, explica que desde o início da plataforma foram utilizados dados de comportamento e perfil dos usuários para a tomada de decisões da empresa<sup>41</sup>. Apesar do discurso que destaca um posicionamento centrado na experiência do usuário, pois ele afirma que não desenvolve produtos ou serviços que as pessoas não desejam ou não necessitam, Emmet Shear transparece o valor dos dados para a estratégia de crescimento do Twitch: o foco nos *streamers* que mais geram audiência. Segundo o CEO, foi a partir do momento que a plataforma focou nesses *streamers* que houve um grande crescimento da plataforma. Isso se reflete na interface gráfica de usuário, pois segundo van Dijck (2013) é em uma interface amigável que as mídias de conectividade efetivam suas estratégias. Em seguida será realizada a análise da interface gráfica de usuário do Twitch, começando pela tela inicial, onde são destacados alguns canais ao vivo, tanto de usuários quanto de empresas ou de coberturas de eventos. A Figura 5 facilita o entendimento:

---

<sup>40</sup> Disponível em: <https://backchannel.com/twitch-could-be-a-20-billion-dollar-company-inside-amazon-2507b7f9aa6d#.q6gx7746h>. Acesso em 30 out. 2016.

<sup>41</sup> Disponível em: <https://www.datascienceweekly.org/data-scientist-interviews/data-science-twitch-ceo-perspective-emmett-shear-interview>. Acesso em 31 out. 2016.

**Figura 5 - Página inicial do Twitch**



**Destaque para alguns canais sendo transmitidos ao vivo. Fonte: Twitch. Acesso em 31 out. 2016.**

Chama atenção na Figura 5 um banner convidando os usuários para a inscrição no Twitch Prime. Quanto aos canais destacados, o Twitch afirma que são parceiros ou transmissões emergentes, que merecem atenção. Em dias de grandes eventos, como campeonatos de nível global, esse tipo de transmissão é o principal destaque, pois atrai milhares de espectadores. Ainda na tela inicial do *website*, rolando a página para baixo, o Twitch destaca os jogos e canais mais populares do momento, com maiores audiências. Um pouco mais para baixo na mesma tela, a página destaca os canais de Xbox One e Playstation 4 utilizando os critérios anteriores. A Figura 6 apresenta um recorte dessa descrição. Ao clicar no link “Ver todos os jogos ao vivo”, presente na Figura 6, o usuário pode encontrar jogos de todos os tipos e datas de lançamento sendo transmitidos. Pelos dados da plataforma, são mais de 800 jogos diferentes sendo transmitidos todos os dias.

**Figura 6 - Continuação da página inicial do Twitch**

Jogos em destaque Jogos aos quais as pessoas estão assistindo agora

The screenshot displays the Twitch homepage layout. At the top, there are two sections: 'Jogos em destaque' (Featured Games) and 'Jogos aos quais as pessoas estão assistindo agora' (Games people are watching now). The featured games section includes League of Legends (153,112 viewers), Hearthstone: Heroes of Warcraft (61,284 viewers), Dota 2 (47,692 viewers), Overwatch (39,939 viewers), Counter-Strike: Global Offensive (33,074 viewers), and H1Z1: King of the Hill (30,817 viewers). Below this, another row of games is shown: FIFA 17 (29,898 viewers), Battlefield 1 (24,208 viewers), Minecraft (23,402 viewers), World of Warcraft (21,148 viewers), Gaming Talk Shows (20,074 viewers), and Five Nights at Freddy's (13,982 viewers). A link 'Veja todos os jogos ao vivo' is provided. Below the featured games is a blue banner for Twitch Prime, advertising 'Free in-game loot every month, plus surprises. Ad-free viewing, free channel subscription, chat badges and exclusive emotes. Start 95-day free trial'. The main content area is divided into three sections: 'Principais canais ao vivo' (Top Live Channels), 'Transmissores aos quais as pessoas estão assistindo agora' (Streams people are watching now), and 'Principais canais de PS4' (Top PS4 Channels). The PS4 section also includes 'Canais transmitidos a partir do PlayStation 4'. The Xbox One section includes 'Canais transmitidos a partir do Xbox One'. Each section shows a grid of channel thumbnails with their respective viewer counts and game titles.

Principais canais de PS4 Canais transmitidos a partir do PlayStation 4

Principais canais de Xbox One Canais transmitidos a partir do Xbox One

Principais canais ao vivo Transmissores aos quais as pessoas estão assistindo agora

Veja todos os jogos ao vivo

Free in-game loot every month, plus surprises. Ad-free viewing, free channel subscription, chat badges and exclusive emotes. Start 95-day free trial

Veja todos os canais de PS4

Veja todos os canais de Xbox One

Veja todos os canais ao vivo

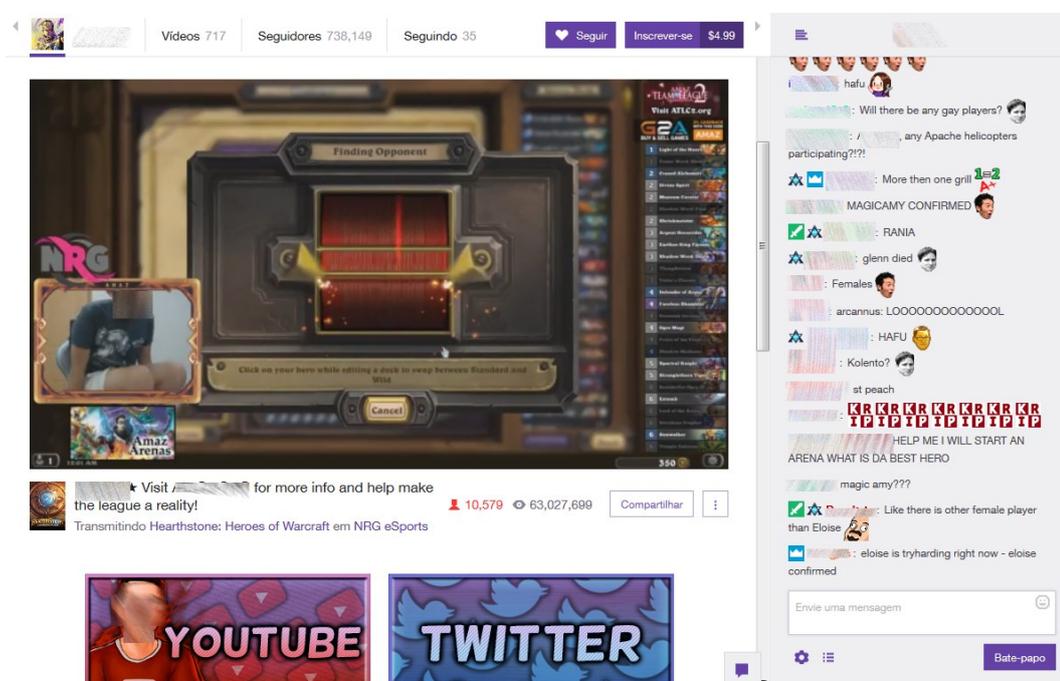
**Twitch destaca os jogos e canais com maior audiência. Fonte: Twitch. Acesso em 31 out. 2016.**

Na Figura 6, a plataforma transparece duas de suas estratégias de conectividade: indicar aos usuários os jogos e canais mais populares e, novamente, um banner fazendo referência ao Twitch Prime. Yang et al. (2013) identificaram que o algoritmo de recomendação de canais do Twitch se baseia no mais popular, o que resulta nos 10% das transmissões concentrando 95% da audiência, conforme apontam Kaytoue et al. (2012). É uma desigualdade que parece satisfazer Emmet Shear e os demais administradores do Twitch, pois conforme a fala do CEO essas transmissões geram mais crescimento para a plataforma. Por crescimento, pode se entender maior lucratividade.

Ao selecionar um canal para assistir, o usuário se depara com a tela de *streaming*. Na parte inferior da tela de vídeo, a página de um canal é composta por um título, nome do usuário responsável e do jogo transmitido. Logo acima aparecem a tela do *game* e, na maioria das vezes, na parte inferior direita ou esquerda dessa tela aparece o vídeo da *webcam* de quem está transmitindo o jogo. Esse vídeo da *webcam* não é uma regra e sim optativo ao *streamer*, entretanto parece fazer parte da norma social do Twitch. É possível para a audiência alterar a

qualidade do vídeo assistido, reportar um problema na transmissão, selecionar tela cheia ou tornar o *player* de vídeo uma janela destacada e também salvar pequenos clipes da transmissão. Ainda no player de vídeo existem as seguintes opções: compartilhar o vídeo em outras mídias de conectividade, selecionar o modo teatro (modo que preenche toda a tela do navegador com o *player* de vídeo e a tela de *chat*), fazer uma denúncia em relação ao conteúdo, e visualizar os números de popularidade do canal: número de audiência no momento e números absolutos de audiência de toda a existência do canal. Já na parte superior do canal se encontram o nome do *streamer*, um link para os vídeos armazenados, números de seguidores e seguidos pelo dono do canal e as opções de seguir e assinar o canal por US\$ 4,99. Importante salientar que as opções de se inscrever no canal e alterar a qualidade do vídeo são recursos exclusivos das transmissões parceiras do Twitch. A Figura 7 representa a descrição realizada neste parágrafo. Na parte inferior da tela de um canal, não visível na Figura 7, o Twitch preserva um espaço para que os *streamers* possam customizar seu canal, com diversos tipos de informações. Em geral, nesse espaço os *broadcasters* apresentam sua biografia, patrocínios, formas de doação e as vantagens em fazer a assinatura do canal.

**Figura 7 – Tela de um canal**



**Exemplo da tela de um canal. A figura demonstra um *streamer* que oferece à audiência vídeo da *webcam* e conversação via microfone. Na direita é possível notar a tela de bate-papo. Fonte: Twitch. Acesso em 1 nov. 2016.**

Ao lado da tela de vídeo encontra-se o *chat*, ou tela de bate-papo, baseada em IRC (*Internet Relay Chat*). A ferramenta permite a conversação entre audiência e quem transmite a sessão de jogo, que pode ser considerada como sincrônica, “caracterizada pelo compartilhamento do contexto temporal e midiático” (RECUERO, 2014, p. 51). A interação ocorre em tempo real e as mensagens são respondidas no mesmo momento. Outra característica importante da conversação neste ambiente se dá pela adaptação da linguagem escrita para a dimensão da oralidade. Os interagentes se apropriam de figuras de linguagens para configurar expressões de “fala” (RECUERO, 2014). Aliados à possibilidade da utilização de *emoticons*, o *chat* cria um ambiente de conversação oral informal. Há de se destacar que essas características são do bate-papo escrito da audiência, pois o *streamer* costuma entrar na conversação através de áudio. Porém, nada impede que o *streamer* utilize o *chat*.

Em seguida, tem-se o painel de controle (Figura 8), que só pode ser acessado pelo *streamer*. Está localizado no menu superior para usuários registrados no Twitch e disponibiliza ferramentas de gerenciamento de transmissão. Permite alterar o título do canal, selecionar o jogo o idioma da transmissão, para fins de identificação na plataforma. Outras abas do painel de controle permitem definições de gerenciamento e visualização de dados do canal.

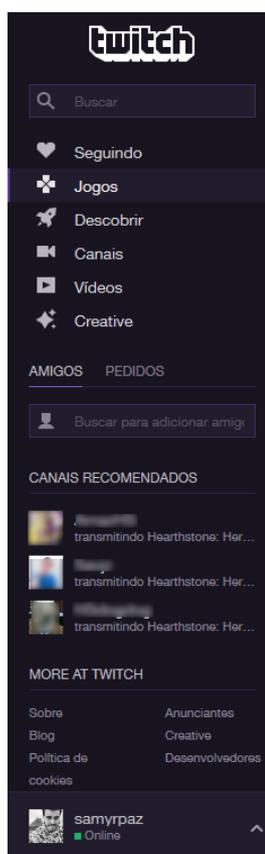
**Figura 8 - Painel de controle**

The image shows the Twitch control panel for a streamer named 'samyrpaz'. At the top, there's a navigation bar with the Twitch logo, a search bar, and links for 'Procurar', 'Atualize para a inscrição Turbo', and 'samyrpaz' (Seguindo). Below this, a banner indicates 'Transmitindo pela primeira vez? Confira os aplicativos de transmissão'. The main heading is 'Painel de controle', with sub-tabs for 'Ao vivo', 'Edição', 'Atividade', 'Estatísticas', and 'Chave de transmissão'. On the right, there's a 'Gerenciador de vídeo' tab. The central area is titled 'Dê um título a esta transmissão' and contains a text input field with 'hs'. Below this are settings for 'Jogando' (Hearthstone: Heroes of Warcraft) and 'Idioma de transmissão' (Português), with an 'Atualizar' button. A 'Broadcaster Language Mode' checkbox is also present. A notification states 'You are being hosted by 0 Channels'. A video preview window shows the game 'Hearthstone: Heroes of Warcraft' with a 'Play' button and other options. Below the video, it shows 'Offline', '13' viewers, and '1' likes. The 'Stream Configuration Quality' is 'Aceitável', with a note that the broadcast is not set to constant bitrate (CBR). A 'Bate-papo' button is visible at the bottom right.

**É neste ambiente que o *streamer* gerencia algumas informações e atividades da transmissão, sendo que o *streaming* em computadores requer o apoio de *softwares* de terceiros. Fonte: Twitch. Acesso em 2 fev. 2016.**

Em atualizações recentes, o Twitch incorporou na sua interface gráfica um menu lateral que apresenta alguns recursos de interesse para essa análise. Primeiro, está presente um link chamado “Descobrir”, que leva a navegação para uma página de curadoria com canais de possível interesse do usuário. São indicações da plataforma do que o usuário pode gostar, baseado no seu histórico de visualizações. No mesmo sentido, o menu lateral destaca três canais que podem ser do interesse do usuário. Essas indicações parecem estar em conformidade com o algoritmo criado por Yang et al. (2013), no qual oferecem recomendações baseadas nos acessos anteriores do espectador. Nesse menu lateral também existe um espaço reservado para os amigos do usuário, pessoas que podem ser adicionadas na plataforma e, na parte mais inferior do menu, estão presentes recursos de identificação do status do usuário. A Figura 9 apresenta este menu relatado:

**Figura 9 – Menu lateral**



**Recomendações codificadas em algoritmos e amizades: recursos presentes no menu lateral da plataforma. Fonte: Twitch. Acesso em 1 nov. 2016.**

Apesar do foco na interface gráfica de usuários durante os últimos parágrafos, salienta-se o que van Dijck (2013) apontou sobre o desenvolvimento mútuo das práticas sociais e a (co)construção da plataforma. As características descritas do Twitch são fruto do que seus usuários fazem e do que os desenvolvedores da plataforma promovem, ações que ocorrem em um espaço negociado e que envolvem muitos atores e diferentes interesses. Comprova isso o fato de que milhões de pessoas assistem e transmitem jogos na plataforma e o contraste do discurso do Twitch na fala do seu CEO, Emmet Shear. A plataforma é centrada em seus usuários? Até pode ser, mas desde que gere recursos de conectividade conforme interesses do Twitch, sendo que dos 1,7 milhão de *streamers*, alguns são muito mais beneficiados do que outros. Só são desenvolvidas ferramentas que os usuários tenham interesse? Não é o que demonstra o lançamento do recurso “torcer”, ou *cheer* no original em inglês. Essa modalidade de micro transações permite aos espectadores trocarem valores em dinheiro por ícones estéticos que visam demonstrar apoio a um *streamer* durante a transmissão. Entretanto, boa parte do

valor fica retido para o Twitch e apenas uma parte vai para o *streamer*, sendo mais vantajoso para este último as doações diretas. No anúncio de lançamento, no blog do Twitch, há uma série de comentários rejeitando o recurso<sup>42</sup>. Portanto, essa ferramenta se torna um exemplo da negociação existente entre plataforma e usuários, e a discrepância entre discurso, visto na fala do Emmet Shear, e as estratégias que são de fato conduzidas pelo Twitch.

O objetivo dessa exploração pelo *website* do Twitch consistia em observar os recursos da plataforma e possíveis pontos de associações, onde os atores podem se envolver. Percebe-se que o Twitch agência algumas ações, ao destacar determinados canais e jogos na página principal. Portanto, carece entender como os termos agenciamento, ação, associação e atores, podem ser compreendidos pelo repertório da Teoria Ator-Rede.

---

<sup>42</sup> Disponível em: <https://blog.twitch.tv/introducing-cheering-celebrate-together-da62af41fac6#.n23fnepb0>. Acesso em 1 nov. 2016.

### 3 REFERÊNCIAS TEÓRICAS

#### 3.1 TEORIA ATOR-REDE (TAR) – UMA NÃO TEORIA

TAR não é uma “teoria”, ou, se é, então uma “teoria” não oferece necessariamente um enquadramento coerente, mas pode ser adaptável, um repositório aberto. Uma lista de termos. Um conjunto de sensibilidades. Se a TAR é uma teoria, então uma teoria ajuda a contar casos, desenhar contrastes, articular camadas silenciosas, virar questões de cima para baixo, focar no inesperado, adicionar para as sensibilidades de alguém, propor novos termos, e mudar histórias de um contexto para outro. [...] TAR não define esses termos (teoria, ator e rede), ao invés disso ela joga com eles. Não há uma busca por coerência. Não se constrói uma fortaleza. Ao invés de fazer um esquema geral que fica mais e mais sólido e refinado, os textos da TAR estão aí para se mover – para gerar, para transformar, para traduzir. Para enriquecer. E para trair.<sup>43</sup> (MOL, 2010, p. 253, tradução minha).

Após aproximação com o objeto de pesquisa Twitch, é possível perceber que a plataforma agencia o fenômeno do *streaming* de *games*, interferindo e participando nas ações dos seus usuários. A partir desse entendimento, foi necessário buscar subsídios que auxiliassem na compreensão do Twitch como um ator social e não apenas como uma mera ferramenta tecnológica. É nesse ponto que a Teoria Ator-Rede<sup>44</sup> surge como um conjunto de sensibilidades que permeiam todo o desenvolvimento desse trabalho, alertando ora para perguntas a serem realizadas, ora para caminhos a serem seguidos.

Ator-Rede foi um termo cunhado por Michel Callon em 1982<sup>45</sup> e após traduções para outras línguas, seguido da proliferação no meio acadêmico, foi adicionado teoria ao termo original. Nos anos 90 a Teoria Ator-Rede estava com o nome consolidado, apesar de Callon e Latour alertarem que as ideias defendidas pelo termo não se caracterizavam como teoria (MOL, 2010). Entretanto, Latour (2012) e outros autores continuaram utilizando o nome Teoria Ator-Rede para defender suas ideias. Dessa forma, é preciso explicar o que implica em dizer que a Teoria Ator-Rede não é uma teoria. Law (2007) aponta que a TAR é uma aproximação mais

---

<sup>43</sup> Texto original: ANT is not a “theory”, or, if it is, then a “theory” does not necessarily offer a coherent framework, but may as well be adaptable, open repository. A list of terms. A set of sensitivities. If ANT is a theory, then a theory helps to tell cases, draw contrasts, articulate silent layers, turn questions upside down, focus on the unexpected, add to one’s sensitivities, propose new terms, and shift stories from one context to another. [...] ANT does not define these terms (actor, network and theory), but rather plays with them. It does not seek coherence. It does not build a stronghold. Instead of crafting overall scheme that becomes more and more solid as it gets more and more refined, ANT texts are out to move – to generate, to transform, to translate. To enrich. And to betray. (MOL, 2010, p. 253).

<sup>44</sup> A Teoria Ator-Rede pode ter suas origens traçadas nas ideias de Gilles Deleuze, Michel Foucault e Gabriel Tarde, por exemplo (LAW, 2007; LATOUR, 2012). Comum com esses autores está o pensamento pós-estruturalista e o posicionamento contra dicotomias: humanos e máquinas, natureza e sociedade, objetivo e subjetivo.

<sup>45</sup> Do original em Francês: *acteur-reseau*.

descritiva do que uma teoria que procura explicar o porquê dos acontecimentos, tratando de casos e debatendo histórias de como relações sociais se agregam ou não. “Em maior profundidade, é uma sensibilidade para as confusas práticas de relacionamento e materialidade do mundo”<sup>46</sup> (LAW, 2007, p. 2, tradução minha).

O que Law (2007) trata por sensibilidade, Mol (2010) encara como repertório. Pois, se não é uma teoria que oferece explicações, roteiros ou mesmo perspectivas, a TAR seria, portanto, formas e técnicas de fazer perguntas para “virar as coisas de dentro para fora e de cima para baixo” (MOL, 2010, p. 261). A autora ainda compara uma teoria com um microscópio, enquanto a TAR seria uma espécie de caleidoscópio. Sendo assim, não é possível utilizar a TAR como método, pois não seria consistente o suficiente. “O ponto é não lutar até que um único padrão se detenha, mas sim adicionar ainda mais camadas, e enriquecer o repertório”<sup>47</sup> (MOL, 2010, p. 261, tradução minha). Repertório este que insiste em traçar efeitos e não causas dos fenômenos estudados.

Conforme se aprofunda nos pressupostos da TAR, o jogo de palavras precisa ser cada vez mais cauteloso para evitar deturpações dos conceitos. Traçar é mais uma parte do vocabulário que precisa ser entendido baseado em outras ideias. Traçar pode ser entendido como delinear, marcar, assinalar, desenhar (MICHAELIS, 2016, online). Poderia ser dito também que, no caso da TAR, significa seguir conexões entre atores. Mas o que são atores? Conexões? Redes?

Atores agem. Fazem alguma coisa. Fazem diferença. Para a TAR não importa de onde vêm as atividades dos atores, mas sim para onde vão (MOL, 2010). Os efeitos que importam. Latour (2012) afirma que “a ação é sempre deslocada, articulada, delegada, traduzida” (p. 240). O observador dessas ações sempre vai ser levado para outro lugar, outros tempos e outras agências. Se essas ações não estão estagnadas, quer dizer que o tempo todo os atores estão se relacionando e interagindo. Mol (2010) salienta que ninguém age sozinho. Law (2007) acrescenta que “um ator é sempre uma rede de elementos que não é reconhecida ou entendida em totalidade”<sup>48</sup> (p. 8, tradução minha). Mesmo não sabendo o tamanho ou complexidade da rede que está inserido, até por que isso não é de relevância para a TAR, um ator age e é acionado

---

<sup>46</sup> Texto original: More profoundly, it is a sensibility to the messy practices of relationality and materiality of the world (LAW, 2007, p. 2).

<sup>47</sup> Texto original: The point is not to fight until a single pattern holds, but to add on even more layers, and enrich the repertoire (MOL, 2010, p. 261).

<sup>48</sup> Texto original: An actor is always a network of elements that it does not fully recognise or know (LAW, 2007, p. 8)

por uma série de interações e conexões entre outros atores. O ator e a rede precisam ser considerados ao mesmo tempo, afirma Latour (2012), levando a explicação da existência do hífen ligando os termos.

Portanto, um ator-rede consiste naquilo que é induzido a agir por uma vasta rede, em forma de estrela, de mediadores que entram e saem. Suas muitas conexões lhe dão a existência: primeiro os vínculos, depois os atores (LATOUR, 2012, p. 312).

A relação entre os atores da rede é de grande importância, emergindo das conexões a sua própria existência. Por exemplo, estar inserido em um Mestrado e realizar pesquisas acadêmicas está ligado a uma extensa rede de agenciadores. Instituição de ensino, agências de fomento, órgãos reguladores, grupos de pesquisa, eventos, congressos e revistas acadêmicas estão todas ligadas em uma rede que participa e interfere na formação do estudante. Além disso, ainda é possível incluir a orientação, colegas e outros pares de cientistas em formação, professores, livros, textos, computadores e outras tecnologias de informação e comunicação que atuam durante o curso de Mestrado. Por este exemplo é possível entender que nenhum ator age sozinho. Existe uma rede extensa de interações que constituem um Mestrado. Além disso, o resultado do curso não é baseado em um sistema fechado, mas sim em uma rede de atores que está a todo momento se movimentando, negociando, colaborando e entrando em conflito. Em suma, agindo em associação.

No exemplo do parágrafo anterior foram incluídos livros e computadores como atores. Do ponto de vista da TAR os não humanos são atores tanto quanto humanos, desde que agenciem e atuem em determinada rede. Como Law (2007) afirma, social e técnico estão incluídos um no outro. Não são instâncias dicotômicas. Falar de não humanos implica em uma insatisfação com a tradição cartesiana de separar objetos em oposição ao sujeito, tratando os dois em oposições radicais, argumenta Sayes (2013). Mol (2010) oferece o exemplo de uma porta, como um objeto que pode agenciar um contexto social. Afinal, uma porta fechada isola o barulho, vento e chuva de um ambiente. Quando trancada interrompe o acesso de pessoas, que não fosse a porta circulariam livres. Este é um exemplo de pouca relevância, porém auxilia no processo de entender o agenciamento de um objeto e como a Teoria Ator-Rede objetiva sensibilizar o pesquisador para evidenciar o que poderia passar despercebido.

Não humanos são apenas objetos e tecnologias? Sayes (2013) esclarece que não humanos servem uma função de guarda-chuva nos conceitos da TAR, englobando uma certa variedade de entidades, porém limitadas. O autor lista alguns não humanos que podem ser considerados atores, a partir da leitura de outros autores como Callon, Latour, Woolgar e Law.

Na lista, aparecem as seguintes entidades: animais, fenômenos naturais, ferramentas e artefatos tecnológicos, estruturas materiais, veículos de transporte, textos (científicos, por exemplo) e bens econômicos. Estariam excluídos humanos, entidades simbólicas, entidades sobrenaturais e entidades que existem em uma escala tão grande que seriam compostas de humanos e não humanos ao mesmo tempo. Já Mol (2010) não adereça especificamente os não humanos e o que eles são, mas prefere deixar instável o que pode ser considerado um ator. Pois, segundo ela, cada novo caso a ser analisado sugere diferentes lições sobre o que um ator pode ser.

De qualquer forma, neste trabalho a investigação aborda a ação entre atores conectados ao fenômeno do *streaming* de *games* na plataforma Twitch, incluindo nessa rede de agenciamento as ferramentas tecnológicas, computadores, *games*, *streamers*, audiência e, é claro, o próprio Twitch. Para isso, Sayes (2013) contribui com sensibilidades para que os não humanos possam ser incorporados no estudo das ciências sociais. São quatro pontos levantados pelo autor:

I) “Primeiro eu considero não humanos como uma condição para a possibilidade da sociedade humana”<sup>49</sup> (SAYES, 2013, p. 2, tradução minha). Essa sentença pode ser refletida na internet. Na atualidade a internet permite que a sociedade que vivemos se mantenha, ao circular informações, permitir acesso a serviços básicos (emitir um documento, por exemplo), comprar produtos, além de permitir que pessoas conversem por meio de mensagens e sites de redes sociais. São cabos, computadores, protocolos, sistemas, *softwares* e *hardwares* funcionando para que a sociedade atual possa existir. Sayes (2013) aponta que são as ações e capacidades dos não humanos que dão condições para a formação da sociedade. A Teoria Ator-Rede encara os não humanos como estabilizadores necessários para o coletivo humano.

II) Não humanos como mediadores: se fossem meros intermediários, não humanos poderiam ser substituídos com facilidade por atores humanos. Seria possível substituir uma porta por uma pessoa? Provavelmente não. Enquanto mediadores, não humanos adicionam algo para a cadeia de interações e/ou associações de uma rede de forma contínua. Sayes (2013) argumenta que a movimentação de um não humano altera e é alterada pelo coletivo. Ao agir os não humanos também demandam ação de outros atores.

III) Não humanos como membros de associações morais e políticas: para entender este ponto Sayes (2013) analisa o exemplo do cinto de segurança veicular, levantado por Latour

---

<sup>49</sup> Texto original: I first consider nonhumans as a condition for the possibility of human society (SAYES, 2013, p. 2).

(2012). Usar um cinto de segurança pode ser, em um primeiro nível, uma escolha moral e simbólica. Já em um segundo nível, usar o cinto de segurança pode ser uma escolha de força política: “*deve* usar o cinto de segurança *ou* encarar as consequências legais”<sup>50</sup> (SAYES, 2013, p. 5, tradução minha). Porém, no momento que sistemas projetados entram em cena, outros três cenários de associações entre o cinto de segurança e escolhas políticas e morais dão visibilidade ao ator não humano. No primeiro cenário um aviso sonoro repetitivo diz: “*deve* usar o cinto de segurança *ou* encarar as consequências sônicas”<sup>51</sup> (SAYES, 2013, p. 6, tradução minha). No segundo cenário a ignição do carro nem funciona: “*deve* usar o cinto de segurança *ou* o carro não vai ligar”<sup>52</sup> (SAYES, 2013, p. 6, tradução minha). No terceiro cenário, um cinto de segurança projetado, mas nunca executado, força o uso automático: “você *usará* o cinto de segurança”<sup>53</sup> (SAYES, 2013, p. 6, tradução minha). A ação dos não humanos não é mera casualidade. Apesar de não carregarem propósito ou senso de justiça como os humanos, as decisões políticas e morais nem sempre são objetos apenas da lógica e da razão. Os não humanos agenciam essas ações morais e políticas, como no exemplo de um simples cinto de segurança veicular.

IV) Não humanos como coletivos de atores de diferentes ordens espaciais e temporais: as escolhas políticas e morais, como visto no ponto anterior, não devem ser ligadas aos não humanos e separadas dos outros atores, mas sim em associação. Para a Teoria Ator-Rede isolar as partes não funciona, logo os não humanos fazem parte de um coletivo de atores, dispostos no tempo e no espaço. A própria noção do que é um ator-rede se faz presente na seguinte afirmação de Sayes: “o agregado de redes de atores de variadas ontologias, variados tempos, e variados espaços. Qualquer ator – que, é claro, inclui não humanos – é visto como uma parte necessária de uma rede mais ou menos estruturada”<sup>54</sup> (2013, p. 7, tradução minha). O exemplo da internet pode ser retomado. Com um computador, celular ou outro dispositivo conectado à internet, é possível enviar mensagens instantâneas para outras pessoas de qualquer lugar do mundo. A percepção de tempo e espaço é alterada pelo coletivo de sistemas e computadores interligados, em conjunto de pessoas que trabalham para manter cada parte dessa rede funcionando. Essa rede funciona integrada, e se caso uma parte dela for isolada, algo em outro

<sup>50</sup> Texto original: ‘thou *shall* wear a seatbelt *or* face legal consequences’ (SAYES, 2013, p. 5).

<sup>51</sup> Texto original: ‘thou *shall* wear a seatbelt *or* face the sonic consequences’ (SAYES, 2013, p. 6).

<sup>52</sup> Texto original: ‘thou *shall* wear a seatbelt *or* thy car shall not star’ (SAYES, 2013, p. 6).

<sup>53</sup> Texto original: ‘thou will wear a seatbelt’ (SAYES, 2013, p. 6).

<sup>54</sup> Texto original: the assembling together of a network of actors of variable ontologies, of variable times, and variable spaces. Any actor – which, of course, includes nonhuman actors – is seen as necessarily part of a more or less structured network (SAYES, 2013, p. 7).

ponto não vai funcionar. Um cabo quebrado acarreta em perda de conexão de internet de um dispositivo que estiver distante no tempo e espaço.

Os quatro pontos levantados por Sayes (2013) são parte do repertório da Teoria Ator-Rede. Com essas sensibilidades (ou repertório) será possível analisar as ações do Twitch associadas aos demais atores do *streaming* de *games*. Porém, como alerta Mol (2010), o repertório auxilia no estudo de caso, mas não deve ser visto como um enquadramento fixo.

Estressando um pouco mais algumas ideias apresentadas, Callon (2009) endereça alguns conceitos da TAR. Primeiro, o próprio termo Teoria Ator-Rede. O autor diz que alguns chamam de TAR o que ele prefere chamar de Sociologia da Tradução. Callon (2009) identifica que a Sociologia da Tradução (TAR) contribuiu para o seu meio científico ao (re)abrir o debate teórico sobre a posição dos não humanos no social. Entretanto, o autor salienta que o termo não humanos ainda carrega muita negatividade. “Como se alguém dissesse que os negros são não brancos!”<sup>55</sup>, afirma Callon (2009, p. 24, tradução minha). Nesse sentido, não importa tanto distinguir entre humanos e não humanos, porém identificar, analisar e avaliar o impacto das ações dos diferentes tipos de atores no curso social dos fenômenos investigados. Ou seja, tornar visível a ação dos não humanos, tanto quanto já é visível a ação humana. Callon (2009) ainda enfatiza a infinidade de formas e modalidades de agência. Em especial esse trabalho se identifica com a proposta de Callon (2009), ao focar em como algo faz algo agir, ao invés de destacar tanto o debate ontológico da TAR. Sendo assim, questionar e tentar perceber como o Twitch agencia a ação dos demais atores envolvidos no *streaming* de *games* é de grande relevância.

Antes de encerrar, é interessante conectar a Teoria Ator-Rede com o campo da Comunicação. Primo (2012) elabora uma crítica ao termo mídias sociais, pois seria um tanto vago enquanto conceito. Na leitura de Latour (2012) já foi citado que a ação se transforma pelo caminho percorrido entre conexões de atores. Uma rede é por deveras heterogênea, o que pode gerar uma extensa crítica a qualquer definição transmissionista (mensagem enviada = mensagem recebida). Primo (2012) afirma que não há nada de social nas mídias sociais, em passo a passo com Latour (2012) e a Teoria Ator-Rede. O social só existe através de conexões e rastros da ação deixadas pelos múltiplos atores. Por consequência, não se exclui os não

---

<sup>55</sup> Texto original: As if one said of blacks that they were non-whites! (CALLON, 2009, p. 24).

humanos das interações. Logo, tentando fugir do determinismo tecnológico se cai em outra armadilha, a do determinismo de uma sociologia do social<sup>56</sup> (LATOURE, 2012).

É oportuno lembrar que os primeiros tempos dos estudos em Cibercultura parecia obrigatório repetir-se o refrão de que as mídias sociais viabilizavam finalmente os modelos “um-um” e “todos-todos”, diferenciando-se da fórmula massiva “um-todos”. O problema de tal equação reside no fato de que os meios parecem submergir em total transparência, onde subjetividades (e, portanto, foco exclusivo em atores humanos) poderiam se afetar diretamente. Observando-se aqui apenas os meios digitais, é preciso apontar que a intervenção de suas materialidades é desprezada. É como se a mediação fosse um cano de passagem de mensagens, que após escorrerem por tal percurso sem rugosidades atingiriam os destinatários com as mesmas características codificadas intencionalmente pelos emissores. Apesar de sempre criticada, a perspectiva transmissionista ainda inspira trabalhos demais sobre meios digitais e redes sociais na internet. As ditas mídias sociais são tomadas como meros intermediários, sistemas puros de registro e distribuição de mensagens multimídia (PRIMO, 2012, p. 633).

Excluir o termo mídias sociais dos estudos do campo da Comunicação não é necessário. O maior problema é usar mídias sociais como um conceito dado, como se fosse autoexplicativo. Nos ambientes digitais, apesar da fragmentação do polo emissor (LEMOS, 2007), as relações e interações entre usuários e sistemas não são homogêneas. Primo (2012) sugere que o conceito de mídia participativa, elaborado por Rheingold (2008), talvez seja mais assertivo. Neste conceito, entende-se que ambientes digitais promovem canais de comunicação dos quais os usuários podem interagir, levando-se em conta níveis diferentes tanto de participação, quanto de valores e poderes. O tamanho da audiência não importa tanto, seja “um-um” ou “todos-todos”. O valor é gerado pela capacidade de cada um em se *conectar* com outros. Entretanto, este se conectar é formatado, projetado e gerenciado por uma plataforma que codifica uma sociabilidade para gerar lucros e novos negócios (VAN DIJCK, 2013). Apesar do discurso centrado no usuário, o social do Twitch é o resultado de ações humanas automatizadas por códigos computadorizados, assim como os códigos computadorizados são manipulados pela ação humana. O Twitch, que se descreve como uma plataforma de vídeos sociais para *gamers*, pode ser compreendido como uma mídia de conectividade, ao invés de mídias sociais ou participativas (VAN DIJCK, 2013). Essa conectividade formata uma socialização baseada em vídeos ao vivo, buscando alcançar um número cada vez maior de espectadores e *streamers*, gerando mais e mais dados de comportamento e preferências desses usuários, que resultam em valiosos recursos para a plataforma.

---

<sup>56</sup> Latour (2012) tece duras críticas ao que ele chama de sociologia do social. Na visão do autor, essa sociologia descreve uma “caixa preta”, que não existe, reduzindo toda a ação de atores sociais a efeitos pré-concebidos. É uma necessidade de equiparar as ciências sociais aos modelos criados pelas ciências naturais.

A revisão bibliográfica realizada buscou explicar a Teoria Ator-Rede e como as sensibilidades ou repertórios dos conceitos podem ser compreendidos no desenvolvimento deste trabalho. Em resumo, a TAR deve ser entendida não como uma teoria e sim como uma sensibilidade para fazer perguntas e encontrar caminhos no meio das ações de atores associados em rede. Atores estes que são humanos e não humanos. A TAR, portanto, auxilia no processo de descrever a rede de interações do *streaming* de *games* e observar como o Twitch emerge nas relações entre os atores, atentando para efeitos e não causas.

### 3.2 CONSUMO

Para entender como consumo e performance se relacionam com o Twitch e o *streaming* de *games*, é necessária uma exploração teórica destes conceitos. No que tange ao consumo, é possível iniciar pela autora Barbosa (2004). Ela expõe que consumo “é uma atividade presente em toda e qualquer sociedade humana” (BARBOSA, 2004, p. 7). A manipulação de bens, artefatos e objetos da cultura material para fins simbólicos, esclarece Barbosa (2004), não é uma exclusividade contemporânea. Apesar disso, alguns autores como Zygmunt Bauman e Jean Baudrillard encaram o consumo como a cultura da sociedade pós-moderna. Segundo a crítica de Barbosa (2004), tal visão é reducionista e causal, pois não há autonomia da esfera cultural em relação aos estilos de vida, identidade e reprodução social. Além disso, o consumo abordado pela perspectiva dos autores pós-modernos muitas vezes está associado ao senso comum e à moralização do ato de consumir. Insaciabilidade, insustentabilidade, hedonismo, individualismo e lassidão são termos enfatizados com frequência. Porém, uma gama de outros fatores é ignorada, tornando homogênea a relação de diferentes grupos e indivíduos com o consumo. O estudo intelectual do consumo é afetado por uma moral cristã, que trata do tema como um pecado (BARBOSA; CAMPBELL, 2009).

O posicionamento de Barbosa e Campbell (2009) esclarece que existem aspectos negativos no consumo, é claro, porém não são características intrínsecas suas (exemplo: insustentabilidade do consumo exagerado dos recursos naturais do planeta). Entretanto, é problemático quando estudos científicos se misturam com moralismos e impedem uma distinção entre análise sociológica e crítica social. Os autores complementam que as raízes morais da sociedade contemporânea legitimam certos tipos de consumo para as classes sociais

mais altas, como o luxo, enquanto classes sociais trabalhadoras e menos abastadas apenas deveriam consumir para a satisfação de suas necessidades básicas.

Esse repúdio moral e intelectual à dimensão material da existência que permeia o olhar ocidental sobre o consumo é revelador de uma visão ingênua e idealizada, que encara a sociedade como fruto apenas de relações sociais [humanas], como se estas pudessem existir em separado das relações materiais (BARBOSA; CAMPBELL, 2009, p. 36).

É possível perceber que os pressupostos sobre consumo levantados por Barbosa e Campbell (2009) se conectam com àqueles da Teoria Ator-Rede, conforme exposição anterior. Os autores ainda afirmam que os objetos sempre mediam as relações humanas com o mundo, mas que essa mediação é sistematicamente ignorada por uma visão funcional e utilitária dos objetos. Para se desligar de um posicionamento moralizante do conceito de consumo, Barbosa (2004) prefere se associar a autores como Don Slater, Daniel Miller, Grant McCracken, Colin Campbell, Pierre Bourdieu e Mary Douglas. Nas propostas deles o consumo perpassa o social e a cultura, funcionando como uma “janela” de múltiplos processos e fenômenos. Isto é, o social e a cultura se relacionam com o consumo, mas um não é reflexo do outro. A postura teórica deve procurar entender o papel do consumo na vida cotidiana das pessoas, identificar tipos de consumo e como isso afeta a identidade de indivíduos e grupos sociais, que podem atribuir múltiplos significados à atividade de consumir. A ação do consumo transcende a simples compra de produtos. Enquanto manipulação de bens, artefatos e objetos da cultura material, entende-se aspectos além do mercado. Cidadania, política e meio ambiente são apenas alguns aspectos que muitas vezes são excluídos do âmbito do consumo por não necessariamente envolverem valores econômicos, explicam Barbosa e Campbell (2009).

Diferente de pensar que o consumo na sociedade contemporânea induz a uma “crise de identidade”, o consumo para Barbosa (2004) reafirma identidade. Nas duas postulações, crise e reafirmação da identidade, individualidade e liberdade de escolha são importantes. Entretanto, teoricamente é possível traçar distinções entre liberdade e escolha. Barbosa (2004) esclarece que “embora a liberdade de escolha seja um valor central da sociedade contemporânea, ela não flutua em um vácuo cultural” (p. 24). A expressão de identidade e escolha giram em torno de fatores como gênero, classe social e grupo étnico, por exemplo.

Assim, na sociedade contemporânea, consumo é ao mesmo tempo um processo social que diz respeito a múltiplas formas de provisão de bens e serviços e a diferentes formas de acesso a esses mesmos bens e serviços; um mecanismo social percebido pelas ciências sociais como produtor de sentido e de identidades, independentemente da aquisição de um bem; uma estratégia utilizada no cotidiano pelos mais diferentes grupos sociais para definir diversas situações em termos de direitos, estilo de vida e

identidades; e uma categoria central na definição da sociedade contemporânea (BARBOSA; CAMPBELL, 2009, p. 26).

O consumo auxilia na construção da identidade do sujeito, afirma Barbosa (2004). Isso não significa dizer que a identidade se encontra nos produtos, objetos e itens da cultura material, imaginando sujeitos que trocam de identidade conforme trocam de roupa. Os gostos e preferências dos indivíduos precisam ser reconhecidos e afirmados no ato de consumir. “Mesmo na presença da possibilidade de escolhermos identidades e estilos de vidas, estes se mantêm constantes, para a maioria das pessoas, por longos períodos de tempo” (BARBOSA, 2004, p. 24). Independente dos diferentes padrões de consumo, a autora afirma que o consumo se tornou uma atividade individual, refletido na “expressão de um dos valores máximos das sociedades individualistas – o direito de escolha” (BARBOSA, 2004, p. 24).

Conforme já sugerido, o poder de escolha não define a identidade aos produtos consumidos e objetos possuídos, mas sim na reação a eles. Para Campbell (2009), a exposição a diversos produtos e serviços auxilia nessa revelação da identidade, através da monitoração das reações do indivíduo em relação ao que se gosta ou se detesta, definindo o consumo na sociedade contemporânea como a busca necessária dos sujeitos por significado e identidade. Através da atividade de consumir é possibilitada a descoberta da identidade e o combate ao sentimento de insegurança ontológica.

“Quem sou eu?” Esta é uma pergunta básica e fundamental para os seres humanos, afirma Campbell (2009). Em geral, é através do consumo que os indivíduos resolvem esse problema, ao descobrirem sua própria constituição como seres presentes no mundo material. A identidade é uma revelação que necessita do consumo como método de exploração. É por esta atividade vital e necessária que o processo de autoconhecimento se desenrola. Porém, é importante voltar a frisar que a identidade não deriva de um produto ou serviço comprado. O que é consumido diz algo sobre os sujeitos, sejam preferências, gostos ou estilos. A ideia defendida por Campbell (2009) indica que a identidade é afirmada e não comprada. O consumo fornece validação da existência do sujeito, através da manipulação de bens, artefatos e objetos da cultura material. Portanto, o consumo projetado por Campbell (2009) alcança em profundidade o sujeito, resultando em respostas “à insegurança ontológica ou à angústia existencial” (p. 56). “Quem sou eu?” Alguém que consome e se reconhece no processo.

É possível enumerar uma série de exemplos para justificar esse posicionamento. Um alimento, como o feijão preto, pode determinar uma série de elementos na vida de um indivíduo ou grupo. Pode afirmar a região do país em que se vive. Já o formato de consumir carnes, seja

num churrasco grelhado ou assado, também pode orientar algum tipo de pertença social e/ou geográfica. O próprio ar que se respira pode identificar identidades e composições sociais, pois se, em hipótese, for analisado o pulmão de alguém que vive em uma grande metrópole, em contraste com alguém que vive no campo rural, haverá indícios no órgão analisado que identificam o modo de vida dessas pessoas. Por sua vez, alguém que compra um computador pelo menor preço e outro indivíduo que não se importa em pagar mais por uma máquina potente, identificam alguns parâmetros da vida de cada um desses sujeitos em relação à importância da tecnologia para a constituição de sua identidade. O primeiro pode ser um sujeito que apenas se interessa em acessar mídias de conectividade, enquanto o outro necessita trabalhar com softwares gráficos ou rodar *games* de última geração. Isso significa que estes indivíduos estão em uma espécie de “crise de identidade”? Pelo contrário, através dessas atividades de consumo os sujeitos estão reafirmando a identidade que possuem estabilizadas. Estes são alguns exemplos genéricos, mas que promovem o pensar de diferentes tipos de consumo que existem.

O papel da cultura fica evidente nos argumentos levantados até agora. As atribuições culturais definem o que, como e quando algo é consumido. Dessa forma, Miller (2009) argumenta que as “coisas” têm uma vida social. Se, em determinado contexto cultural, os objetos influenciam a atividade de consumir, a trajetória social é transformada e ressignificada por esses mesmos objetos. O autor, ao realizar empreendimentos etnográficos em uma rua do sul de Londres, percebeu que o que mais importava para as pessoas eram seus relacionamentos. Em um caráter quase obsessivo, as pessoas narravam o tempo todo sobre seus relacionamentos, porém não somente os interpessoais. A preocupação delas era semelhante para com suas músicas, brinquedos e computadores.

Certamente existem coisas como pobreza, desemprego, problemas de saúde, exames, crime e futebol. Mas, em geral, o que deixava as pessoas maravilhosamente felizes ou suicidas, o que as fazia sentir que a vida tinha valido a pena ou se sentir devastadas porque iriam morrer sem se realizar, eram os relacionamentos. Relacionamentos com os pais, com sua música, com os filhos, com as aparências de seus corpos e roupas, seu trabalho, seus amantes e com a narrativa que construíam em torno de si próprios (MILLER, 2009, p. 23).

O relacionamento com as “coisas” na atividade de consumir, refletida na segurança ontológica (CAMPBELL, 2009), é entendida por Miller (2009) como um ordenamento estético na vida dos indivíduos. Em diversos momentos, “a estética se distribui através de uma série de relações com diferentes gêneros ou aspectos materiais da vida de uma pessoa” (MILLER, 2009, p. 30). O autor aponta exemplos, como quando alguém sai para beber com os amigos. Talvez interesse apenas um tipo de bebida ou local específico, que faça sentido para a identidade

daquele grupo ou indivíduo. Outros exemplos podem incluir o porquê de determinadas pessoas passarem suas férias na praia, ou realizarem algum tipo de coleção (exemplo: selos, latas de cerveja, bonecos) e assim por diante.

O consumo, portanto, faz com que o relacionamento das pessoas com as materialidades do mundo dê sentido para suas vidas. Isso se reflete em um tipo de estética para cada pessoa ou grupo, reafirmando a identidade pela manipulação de bens e artefatos, sem necessariamente implicar em alocação de recursos financeiros. O consumo pode ser encarado como uma janela de reflexão para a relação de diferentes grupos e indivíduos com diferentes aspectos culturais. Sendo assim, se faz necessário entender os conceitos de consumo no contexto digital.

### **3.2.1 Consumo Digital**

Quando o conceito de consumo é transposto para o digital, alguns problemas de definição surgem pelo caminho. Quando não há bens físicos para manipular, o “etéreo”<sup>57</sup> dos meios digitais confunde. Por isso, Montardo (2016) identificou que alguns trabalhos davam como presumido o consumo digital nas interações em torno de conteúdos em plataformas digitais. Não havia uma problematização do conceito em profundidade o suficiente, para que se pudesse estabelecer enquadramentos teóricos capazes de refletir os diferentes matizes do consumo digital.

Se o consumo não implica na necessidade de aquisição de bens e, conforme o contexto cultural e outros fatores, os sujeitos reafirmam suas identidades, isso sugere que o consumo não pode ser generalizado. Cada indivíduo e grupo vai ter uma reação diferente em relação à atividade de consumir. Portanto, diferentes aproximações temáticas e de objetos de pesquisa vão proporcionar diferentes abordagens e resultados. Montardo e Araújo (2013) refletem sobre essas sentenças no contexto digital, que também vai ter uma gama quase sem fim de temas e objetos. É própria dessa pesquisa entender essa heterogeneidade, pois tentar uma aproximação ao consumo digital é também contextualizar o objeto de pesquisa.

---

<sup>57</sup> A palavra “etéreo” é utilizada na função de argumento de coerência do texto, entretanto os *bits* de informação que circulam pelo digital são tão materiais quanto outros objetos físicos, afinal circulam por *pixels*, telas, cabos e demais infraestruturas da internet.

O que é, portanto, consumo no Twitch e no *streaming* de *games*? Navegar pelas páginas do Twitch, escolher um jogo e um canal, assistir a uma transmissão ao vivo, conversar no *chat* e fazer uma transmissão de um jogo, são todas opções próprias do consumo. Talvez o mais difícil seja dizer o que não é consumo em ambientes digitais. Entretanto, ao dizer que tudo é consumo pode-se cair em uma armadilha, fazendo com que o contrário seja igualmente verdadeiro. Esse é um problema específico de ambientes digitais, pois a todo instante os usuários estão manipulando algum tipo de material digital.

Para superar esse problema de definição, Montardo (2016) aponta as seguintes características do consumo digital: I) acesso a e criação de conteúdos digitais: publicar textos, imagens, vídeos e outros conteúdos, em qualquer tipo de site. II) identificação do usuário ou grupo de usuários: está ligado a possibilidade de encontrar conteúdo digital espalhado pela rede e identificar pessoas e associações em grupos, como em fóruns e listas online. III) podem envolver ou não a alocação de recursos financeiros: através de compras ou doações, como percebido em canais do Twitch, que não é necessariamente um ato obrigatório para os usuários da plataforma.

É possível perceber, segundo as características apontadas por Montardo (2016), que trabalho e consumo andam de mãos dadas em ambientes digitais. Quase impossível de identificar onde um começa e outro termina. Em outro artigo, Montardo e Araújo (2013) afirmam que consumo e trabalho não se dissociam em mídias de conectividade, pois envolvem ações como uso de aplicativos e compartilhamento de informações. Enquanto manipula artefatos digitais, o usuário acaba por produzir informação, dados e outros artefatos digitais. E, ao consumir, o usuário demonstra o que está fazendo (característica de performance, que será explorada em breve), demandando possíveis atos de criatividade, auto expressão e afirmação de identidade. Dessa forma, é possível refletir que ao mesmo tempo em que assiste a um *streaming* no Twitch, por exemplo, o indivíduo está trabalhando e se apropriando do conteúdo, pois a audiência gera recursos para si e para a plataforma enquanto consome determinado conteúdo. Retomando a leitura de Barbosa (2009) sobre a moralização negativa do consumo, neste caso também existe uma valorização do trabalho em contraste ao consumo. “[...] não trabalhar é um estigma, enquanto não consumir é uma qualidade” (BARBOSA, 2009, p. 21). Sendo assim, no digital novamente essa visão moralizante é desestabilizada a partir do momento em que se percebe que o consumo também constrói, produz e realiza.

A partir dessa ambiguidade entre consumo e trabalho, Montardo (2016) explorou o tema a partir da Teoria de Prática (BRAUCHLER; POSTILL, 2010; WARDE, 2005). Resumindo grosseiramente, a Teoria de Prática se foca no comportamento rotineiro do que as pessoas exercem com seus corpos, consistindo em entender o saber do que está sendo exercido (*know-how*). Warde (2005) vai então afirmar que o consumo, enquanto manipulação de bens, não é uma prática em si, “mas um momento em quase toda prática” (WARDE apud MONTARDO, 2016, p. 7). Praticar algo requer o consumo de algo, seja o que for, e o conhecimento para que tal atividade possa ser exercida. Logo, o consumo não gratifica por si só, mas na decorrência de uma ação. A ação e a performance que irão gratificar. O decorrente vai permitir algum tipo de gratificação, pela possibilidade de os bens manipulados acionarem determinada associação entre atores.

Colocando em termos digitais, o consumo viabiliza a socialização online. Essa é a conclusão de Montardo (2016), pois os atores precisam ter acesso e conhecimento do que estão fazendo em ambientes digitais para que suas ações se transformem em associações. A conexão entre os atores precisa de um tipo específico de manipulação de bens para que venha a se realizar. Portanto, o consumo digital viabiliza a socialização online e, por isso, esta última é fator de performance. Acessar, produzir, disponibilizar e compartilhar conteúdos digitais não é o objetivo final dos atores, e sim o que acontece em decorrência dessas manipulações, na socialização online. Receber respostas no *chat*, ter milhares de pessoas visualizando e compartilhando com outras a transmissão, essas são duas das possíveis gratificações esperadas por alguém no Twitch. Portanto, no fenômeno cultural estudado, estarão dispostas performances próprias, permitidas pelo consumo digital inerente à prática de transmitir sessões de jogo nessa plataforma.

A socialização online, viabilizada pelo consumo digital, retoma ideias previamente discutidas sobre mídias de conectividade (VAN DIJCK, 2013). O Twitch é uma plataforma que codifica em algoritmos a sociabilidade, que, no panorama geral, resulta em recursos de mercado para a mídia de conectividade. Sendo assim, o Twitch utiliza um modelo de negócios paradoxal, nos moldes que Pold e Andersen (2014) revelam sobre o ecossistema de aplicativos da Apple. Apesar da diferença entre o ecossistema analisado pelos autores e a plataforma de objeto deste trabalho, o paradoxo permanece, afinal o Twitch também utiliza uma estratégia de limitar o poder de troca e compartilhamento dos usuários, com a intenção de promover um consumo controlado que lhe beneficie. Pold e Andersen (2014) citam Striphas (2011) para descrever os quatro princípios do consumo controlado:

I) Uma estrutura cibernética industrial que integra e manipula a produção, distribuição, troca e consumo é desenvolvida em torno do produto.

II) O consumo é controlado através de programas que monitoram de perto o comportamento do consumidor e os efeitos do marketing, pelo rastreamento e vigilância.

III) O controle da obsolescência é programada no produto, limitando sua funcionalidade e durabilidade.

IV) O efeito geral do consumo controlado é a significativa reorganização e problematização de práticas específicas da vida diária. (STRIPHAS, 2011 apud POLD; ANDERSEN, 2014, p. 23, tradução minha).<sup>58</sup>

Os quatro princípios apontados caracterizam a ação da plataforma em projetar a socialização e como isso afeta os usuários. O consumo controlado, entretanto, não torna a socialização online em mídias de conectividade homogênea. Também explorando o ecossistema da Apple, Souza (2014) identificou que os usuários, por sua vez, têm uma ação própria, sendo condescendentes com as estratégias do ecossistema midiático, resistindo ou navegando entre a cooperação e o conflito. Van Dijck (2013) reitera que as estratégias das mídias de conectividade precisam manter uma negociação constante com seus usuários, afinal são eles que geram os valiosos recursos mercadológicos. O consumo controlado é mais um fator que revela “janelas” (BARBOSA, 2004) para o fenômeno cultural em evidência. Vale agora tentar entender a atuação dos atores envolvidos no *streaming* de *games* da plataforma Twitch, através dos recursos analíticos da performance.

### 3.3 PERFORMANCE

Todo teatro é performance, mas nem toda performance é teatro (SCHECHNER; ICLE; PEREIRA, 2010, p. 23)

Estabelecida a compreensão de que consumo digital permite a prática da socialização online e que a Teoria Ator-Rede oferece um repertório capaz de fazer emergir o social a partir das associações entre atores, a performance surge como uma categoria de análise útil no entendimento dessas associações entre atores. Esse entendimento reforça a importância da ação

---

<sup>58</sup> Texto original: I) A cybernetic industrial infrastructure integrating and handling production, distribution, exchange, and consumption is developed around the product.

II) The consumption is controlled through programming that closely monitors consumer behavior and the effects of marketing through tracking and surveillance.

III) Controlled obsolescence is programmed into the product, limiting its functionality and its durability.

IV) The overall effect of controlled consumption is a significant reorganizing and troubling of specific practices of everyday life. (STRIPHAS, 2011 apud POLD; ANDERSEN, 2014, p. 23).

para que uma rede de atores seja mantida, sendo que toda e qualquer ação pode ser analisada como performance (SCHECHNER, 2013).

Um ponto de partida para entender o conceito de performance pode ser encontrado em Goffman (2014), que ao estudar relações de trabalho, percebeu que cada indivíduo buscava transparecer, para outros colegas de trabalho, determinadas impressões através de seu comportamento. A partir desse fenômeno, o autor traçou paralelos entre a vida cotidiana e a dramaturgia, pois as estratégias dos indivíduos envolviam espécies de papéis pré-determinados do que eles desejavam representar.

Em um sentido geral, performance pode ser entendida como fazer, executar, e é comum ser evocada para determinar o desempenho de algo ou alguém (BELÉM, 2013). Logo, performance pode indicar o quão bem alguém representa a si mesmo. Entretanto, para entender essa representação de si, é imperativo que o conceito de performance seja relacionado ao contexto em que está inserido, principalmente em relação a cultura. Belém (2013) aponta que a representação é determinada culturalmente. A experiência com a realidade é gerida por “textos”, e a performance é a linguagem que se instaura nos corpos, nas falas, no movimento, na ação. É um tipo de visão pós-estruturalista que rejeita a relação arbitrária entre significado e significante. O sentido está na própria ação e não na representação de algo pré-determinado<sup>59</sup>.

Os Estudos da Performance buscam ampliar a noção de performance como desempenho e ação teatral. Sendo assim, o que significa dizer que alguém ou algo performa? Schechner (2013) responde que a atividade de performar pode ser visto em relação a: ser, fazer, mostrar-se fazendo, e explicar ações demonstradas.

“Ser” é a existência em si mesma. “Fazer” é a atividade de toda a existência, de quarks para seres sencientes, para cordas supergaláticas. “Mostrar-se fazendo” é apontar para, delinear, e apresentar o fazer. “Explicar ‘mostrar-se fazendo’” é o Estudo da Performance. 60 (SCHECHNER, 2013, p. 28, tradução minha).

Há distinções entre essas noções que precisam ser ressaltadas. Ser é uma categoria filosófica, independente de forma e que teoriza sobre a realidade. “Fazer e mostrar-se fazendo são ações. Fazer e mostrar estão sempre em fluxo, sempre mudando”<sup>61</sup> (SCHECHNER, 2013,

<sup>59</sup> Essa é uma noção que trata do que é performativo, mas a intenção aqui é fazer uma conexão com a performance.

<sup>60</sup> Texto original: “Being” is existence itself. “Doing” is the activity of all that exists, from quarks to sentient beings to supergalactic strings. “Showing doing” is performing pointing to, underlining, and displaying doing. “Explaining ‘showing doing’” is performance studies. (SCHECHNER, 2013, p. 28).

<sup>61</sup> Texto original: “Doing” and “showing doing” are actions. Doing and showing doing are always in flux, always changing. (SCHECHNER, 2013, p. 28).

p. 28, tradução minha). Já explicar ações demonstradas é próprio do trabalho do Estudo da Performance, enquanto um esforço reflexivo de entendimento do mundo. Este estudo se associa a esta última noção de performance em termos de uma categoria de análise para as ações do e no Twitch.

Nas artes, em rituais ou na vida cotidiana, “performances afirmam identidades, curvam o tempo, remodelam e adornam corpos, e contam histórias”<sup>62</sup> (SCHECHNER, 2013, p. 28, tradução minha). Essas ações não acontecem ao acaso, pois precisam ser treinadas, praticadas e repetidas. Performance, portanto, acontece através de comportamentos restaurados. São comportamentos aprendidos e ensaiados durante a vida de uma pessoa, que depois são acionados no fluxo do tempo. “Comportamentos restaurados estão “fora”, separados de “mim”. Colocando em termos pessoais, comportamento restaurado é “eu me comportando como se fosse outra pessoa”, ou “como me falaram”, ou “como eu aprendi”<sup>63</sup> (SCHECHNER, 2013, p. 34, tradução minha). Entretanto, isso não significa dizer que os eventos performados são sempre iguais. O comportamento restaurado combina pedaços de outros comportamentos para a formação de infinitas variações, ocasionando em eventos também diversos. Por mais que o “palco” seja igual, pequenas nuances e contextos sempre serão diferentes. “A singularidade de um evento não depende apenas em sua materialidade, mas também em sua interatividade – e a interatividade está sempre em fluxo”<sup>64</sup> (SCHECHNER, 2013, p. 30, tradução minha). As associações entre os atores estão sempre transformando a ação. Toda ação vai alterando o próprio curso da performance.

Logo, a performance se localiza na ação, interação e relação. “A performance não está ‘em’ algo, mas ‘entre’”<sup>65</sup> (SCHECHNER, 2013, p. 30, tradução minha). Entender performance como uma categoria de análise é investigar o objeto de pesquisa enquanto o que faz, projeta, como interage e se relaciona com outros. Neste caso específico, pode-se questionar: como o Twitch se relaciona com os *streamers*? E com a audiência? E os *streamers* com a audiência? Como interagem e como participam das ações uns dos outros? De qualquer forma, os elementos

---

<sup>62</sup> Texto original: Performances mark identities, bend time, reshape and adorn the body, and tell stories (SCHECHNER, 2013, p. 28).

<sup>63</sup> Texto original: Restored behavior is “out there”, separate from “me”. To put in personal terms, restored behavior is “me behaving as if I were someone else”, or as I am told to do”, or “as I have learned” (SCHECHNER, 2013, p. 34)

<sup>64</sup> Texto original: The uniqueness of an event does not depend on its materiality solely but also on its interactivity – and the interactivity is always on flux (SCHECHNER, 2013, p. 30).

<sup>65</sup> Texto original: Performance isn’t ‘in’ anything, but ‘between’ (SCHECHNER, 2013, p. 30).

pesquisados não funcionam isolados e talvez o “entre” seja o *streaming* de *games*, como atividade que faz a conexão entre todos os participantes – incluindo o Twitch.

Schechner (2013) identifica oito tipos de performance: I) na vida diária; II) nas artes; III) nos esportes e entretenimentos populares; IV) nos negócios; V) na tecnologia; VI) no sexo; VII) nos rituais – sagrados e seculares; e VIII) no jogo. Esses oito tipos de performance podem ocorrer separadas ou sobrepostas. É possível que a vida diária esteja presente na maioria das outras situações, por exemplo. Já as artes bebem da fonte de tudo e de todos os lugares para sua própria produção. Entretanto, o mais importante é entender que cada uma dessas categorias recebe significados diferentes e únicos conforme o pensamento cultural em que estiver inserido. O que é arte? A resposta vai variar conforme o posicionamento cultural do respondente. Por exemplo, para o Schechner “os movimentos de um jogador de basquete são tão bonitos quanto de dançarinos de ballet, porém um é chamado de esporte, enquanto o outro é considerado arte”<sup>66</sup> (SCHECHNER, 2013, p. 32, tradução minha). Cada tipo de performance identificada por Schechner (2013) é importante, porém, para fins analíticos é mais útil identificar as funções de uma performance, conforme o contexto cultural estudado.

Segundo Schechner (2013) há sete funções para a performance: I) entreter; II) criar algo belo; III) marcar ou mudar a identidade; IV) fazer ou estimular uma comunidade; V) curar; VI) ensinar ou persuadir; VII) lidar com o sagrado ou com o demoníaco. Semelhantes aos tipos de performance, essas funções podem ocorrer sobrepostas, porém há uma ênfase maior em uma, duas ou mais funções conforme o tipo de performance. A hierarquia da função muda conforme a posição do sujeito e o que ele pretende com a ação exercida em relação a performance.

As funções de performance, portanto, servem como recurso analítico. É um tanto desnecessário descrever cada uma das funções, já que cada uma está delimitada. Será mais produtivo listar as funções de performance conforme forem surgindo durante as análises da pesquisa. Neste ponto, é importante ressaltar que há limites para o que “é” performance. Enquanto que quase tudo pode ser estudado “como” performance, pois conforme apontado inicialmente toda ação pode ser estudada como performance, de outro lado não há nada na ação que a transforma em ou a desqualifica como performance. Isso significa dizer que o que “é” performance depende de um contexto cultural, pois há convenções, códigos e tradições que apontam para isso (SCHECHNER, 2013). “Como” é uma categoria analítica da ação, enquanto

---

<sup>66</sup> Texto original: The moves of basketball players are as beautiful as those of ballet dancers, but one is termed sport, the other art” (SCHECHNER, 2013, p. 32).

“é” depende do contexto cultural. Para esclarecer sentenças tão confusas, o ensaio de Sibilía (2015) sobre performance e autenticidade é revelador. Carecendo de dados empíricos, a autora descreve um cenário midiático atual onde todos os indivíduos buscam por uma audiência que os aplauda. Neste cenário, cada indivíduo cria um personagem que seduza aqueles que assistem. Performar, para Sibilía (2015), é ser exibido o tanto quanto for possível para receber mais “curtidas”<sup>67</sup> e aplausos. Em relação ao que Schechner (2013) aponta, Sibilía (2015) acaba caindo na armadilha de pensar a performance enquanto representação teatral, além de tornar homogênea as relações dos diversos atores com as diversas mídias de um ecossistema tão complexo. Refletindo sobre o campo de pesquisa deste trabalho, o que Sibilía (2015) desenvolve daria por encerrada a investigação aqui realizada antes mesmo que fosse possível iniciar. Apesar das críticas, não significa que o ensaio da autora esteja errado, mas seria necessário contextualizar culturalmente. Talvez em algum tipo de performance ser exibido para receber mais aplausos de uma audiência esteja correto, entretanto isso não pode ser aplicado sem restrições para todos os tipos e funções de performance. Assim, fica mais claro o entendimento do que Schechner (2013) aponta quanto ao que “é” performance, enquanto localizada em códigos e convenções específicas, e o “como” performance, enquanto categoria de análise para a ação.

De que forma é possível contextualizar a performance em relação às especificidades culturais do campo de pesquisa? A resposta será buscada com a etnografia. Entretanto, antes de passar para o próximo passo do trabalho, a performance tal qual formulada por Schechner (2013) oferece pouco ou nenhum espaço para a ação não humana. Isto fica explícito quando o autor aborda a performance a partir do sujeito e comportamento humano. Em outro texto, o autor dedica a existência da performance apenas para seres autoconscientes (SCHECHNER; ICLE; PEREIRA, 2010), excluindo animais e objetos da possibilidade de ação. Levando em conta o caso do Twitch, não seria absurdo dedicar à plataforma uma performance, mesmo que não comparada ao humano e nos moldes de Schechner (2013). Onde reside o comportamento restaurado, treinado e repetido, para os sujeitos humanos, no Twitch pode ser estabelecido um comportamento codificado, elaborado por algoritmos, *softwares* e *hardwares*. Portanto, essa investigação pretende preencher essas lacunas, mesmo que em um nível ainda básico, sobre a possível performance não humana, ignorada por Schechner (2013).

---

<sup>67</sup> Em referência ao botão “curtir” do Facebook, que agora se chama “reações”.

## 4 ETNOGRAFIA

Até o presente momento foi visto que humanos e não humanos interagem em uma extensa rede, em ações permitidas pela atividade de consumir. Essa ação pode ser categorizada em diferentes performances, cabendo ao contexto cultural defini-las. Portanto, para a compreensão do fenômeno do Twitch, conforme o referencial teórico proposto, a etnografia foi escolhida como guia do caminho para percorrer, traçar e analisar as ações dispostas nessa rede do *streaming* de *games*.

O emprego da etnografia justifica-se, de início, pelas palavras de Rocha e Eckert: “são os sentidos quase inatingíveis das ações humanas e das intenções que movem a matéria-prima que interessa a nós, antropólogos, desvendar, compreender e interpretar” (2005, p. 14). A sentença reafirma a importância da ação humana para a etnografia, apesar de esquecer da ação não humana. Para complementar esse ponto, Latour (2012) afirma que a Teoria Ator-Rede se alia à etnografia na tentativa de dar espaço aos membros da sociedade contemporânea em definirem-se a si mesmos, tornando a Sociologia “tão profícua quanto a Antropologia” (LATOUR, 2012, p. 69). Neste caso, por uma perspectiva sociotécnica, humanos e não humanos podem encontrar na etnografia, tal qual será utilizada neste trabalho, um espaço para definirem suas ações. Por fim, a justificativa para realização de uma etnografia neste estudo encontra em Segata e Rifiotis (2016) mais um apelo pela aliança do campo antropológico com a Teoria Ator-Rede. Os autores afirmam que suas etnografias passaram por um processo de adaptação que foi catalisado pela TAR.

Em medida mais crítica, foi preciso problematizar a própria ideia de vínculo entre humanos e não humanos e sua semiótica polarizada entre uma forma negativa de dependência (determinismo/ação de artefato sobre um humano) ou positiva de emancipação (de agência humana sobre a inércia do artefato). (SEGATA; RIFIOTIS, 2016, p. 14).

Portanto, há uma defesa tanto pelo lado da TAR, quanto do lado da Antropologia, pela aliança das duas propostas. Ainda sobre isso, van Dijck (2013) afirma que a TAR é limitada em escopos analíticos, metodológicos e de entendimento de contextos culturais. Esses problemas podem ser ultrapassados pela etnografia, por uma série de recursos teóricos e protocolos metodológicos, conforme será visto em seguida neste trabalho.

Neste capítulo será explorada a etnografia e problematizado um referencial teórico que reflete sobre o trabalho de campo, observação participante, diário de campo, coleta de dados,

entrevistas e demais assuntos referentes a um empreendimento etnográfico. Todos esses aspectos serão contextualizados em específico para o que concerne o desenvolvimento deste estudo, ao conectar os conceitos com reflexões sobre mídias digitais.

Sendo assim, o primeiro ponto diz respeito a uma longa tradição etnográfica, enquanto produção de conhecimento antropológica (ROCHA; ECKERT, 2008). Foi a partir do período colonial que os primeiros passos da etnografia foram dados, quando os países europeus entraram em contato com povos que lhes eram desconhecidos<sup>68</sup>. Os ditos “primitivos” foram objetos da curiosidade de pesquisadores, que realizaram seus estudos a partir de seus escritórios europeus, com relatos de viajantes e material arqueológico. Essas produções abordavam o conceito de cultura por uma perspectiva evolucionista, reduzindo a diversidade cultural dos povos “primitivos” a um processo civilizatório atrasado em relação à Europa (CUCHE, 1999). Já no final do século XIX, surgia com Boas (2005) a primeira geração de estudiosos que praticavam a observação direta em campo com populações tribais. Mais tarde, Malinowski (1978) acrescentaria ainda mais importância ao trabalho de campo com a observação participante, convivendo anos junto às tribos pesquisadas, inclusive aprendendo o dialeto local. Esse é um marco importante para a etnografia e a Antropologia, pois estabelece que a produção de conhecimento sobre a cultura de um grupo requer um vínculo de convivência com a população pesquisada.

Não há a intenção de descrever um longo histórico da etnografia, mas é importante atentar para como essas sensibilidades empíricas estão enraizadas no seio fundador de uma disciplina e isso diz muito em como conduzir um empreendimento etnográfico. Nota-se que, apesar deste capítulo estar inserido em um contexto metodológico, a etnografia enquanto ideia de método seria uma simplificação demasiada. Peirano (2014) identifica um tipo de instinto do pesquisador que leva ao estranhamento e ao desejo de entender um fenômeno específico. As experiências empíricas, às vezes contingentes, vão nortear uma reflexão nascida da percepção do pesquisador. “Eventos, acontecimentos, palavras, textos, cheiros, sabores, tudo que nos afeta os sentidos -, é o material que analisamos e que, para nós, não são apenas dados coletados, mas questionamentos, fonte de renovação” (PEIRANO, 2014). Logo, todo o conjunto deste trabalho se caracteriza como uma etnografia e não apenas como um método em separado. As teorias adotadas até aqui, os dados coletados, as experiências vividas, tudo isso é etnografia. Se até agora foram rejeitadas dicotomias como sujeito e objeto, humanos e não humanos, aqui também

---

<sup>68</sup> Parte desse momento o conceito de alteridade (TODOROV, 2003), no qual a identidade do sujeito passa a ser reconhecida pela experiência de conhecer o outro. Exemplo: “sou gaúcho, pois não sou carioca”.

é possível dispensar a oposição teoria e empiria. Peirano (2014) alerta que uma boa etnografia é responsável por reflexões teóricas em uma linguagem que consegue contextualizar e evidenciar as experiências vividas pelo etnógrafo.

O objetivo da Antropologia e, por consequência, da etnografia, é estudar o “fenômeno do homem – a mente do homem, seu corpo, sua evolução, origens, instrumentos, arte ou grupos, não simplesmente em si mesmos, mas como elementos ou aspectos de um padrão geral” (WAGNER, 2010, p. 37). Nesse sentido, o termo que engloba o tipo de estudo da Antropologia foi definido como cultura. Para além de um domínio disciplinar da palavra, Wagner (2010) explica que há outros sentidos para cultura, como o uso para referenciar povos e suas tradições, consumo de produtos culturais e distinções entre alta e baixa cultura. Neste trabalho, o enfoque será antropológico, no sentido de estudar o fenômeno do homem e suas relações com não humanos. Inclusive Wagner (2010) enfatiza uma compreensão investigativa que aborda relações da variedade do fenômeno humano, ao invés de focar na análise. Essa é uma maneira, segundo o autor, de evitar a pretensão racionalista de objetividade absoluta. “O antropólogo usa sua própria cultura para estudar outras, e para estudar a cultura em geral” (WAGNER, 2010, p. 39). Nessa última sentença, verifica-se a necessidade de relacionar a posição do pesquisador, com o objeto de investigação.

Por entender que a relação cria os processos culturais, há nesta posição uma crítica em relação às interpretações hermenêuticas de uma cultura. Os códigos, convenções e representações não são descartados, porém, há uma ação criativa do homem em relação ao texto que subverte e modifica significados, assim como o contrário também é verdadeiro. “E isso porque símbolos e pessoas existem em uma relação de mediação mútua – eles são demônios que nos assediam assim como somos os que assediam eles” (WAGNER, 2010, p. 34). Invenção e convenção são processos que andam juntos, enquanto um altera e outro decompõe a realidade do homem. Entretanto, aplicar estruturas e modelos para esses processos seria uma ilusão. “A Cultura é ambígua (e a Antropologia em grande medida existe por explorar essa ambiguidade)” (WAGNER, 2010, p. 157). Essa ambiguidade será explorada nas relações de consumo como performance, entre humanos e não humanos, na plataforma Twitch.

Após essas explanações conceituais, em seguida serão abordadas algumas técnicas de pesquisa referentes ao fazer etnográfico. Antes de dar prosseguimento a este trecho, salienta-se que as técnicas aqui demonstradas não fazem parte de um guia de como toda etnografia deve ser, como se fosse uma espécie de “receita de bolo”, conforme expõem as autoras Rocha e

Eckert (2008). O caminho de uma etnografia é trilhado pelas percepções de cada pesquisador em particular, sendo que as técnicas auxiliam com princípios norteadores. Rocha e Eckert (2008) levantam uma série de pontos que definem os passos do fazer etnográfico, estabelecido em uma entrada no campo de pesquisa negociada com a população que se efetuará o estudo. Através de possíveis parceiros de pesquisa, pessoas que auxiliam na entrada em campo, o pesquisador inicia um processo exploratório de observação direta e, sem pressa, estabelece uma relação de confiança com a comunidade. Se dá, a partir disso, uma relação prolongada com o campo de pesquisa. A presença do etnógrafo, portanto, exige amplo consentimento do grupo pesquisado, que através da regularidade da vivência com os indivíduos, desenvolve um relacionamento para o ponto da observação participante. “A interação é condição da pesquisa” (ROCHA; ECKERT, 2008, p. 11). As trocas constantes com o grupo pesquisado, através de conversas formais e informais, entrevistas não-diretivas e demais técnicas de coletas de dados, criam um elo entre pesquisador e pesquisados, capaz de transformar estes últimos em parceiros do projeto investigativo, enquanto o pesquisador passa para o plano da coautoria. Para isso é essencial que o etnógrafo esteja disposto a escutar o Outro, aprendendo a cada interlocução e superando visões etnocêntricas.

Outros princípios fundamentais do empreendimento etnográfico incluem o entendimento do contexto estudado através da análise de documentos, revisão bibliográfica e demais dados empíricos e conceituais de uma atitude arqueológica. O exercício de escrever também define a forma de produção de conhecimento antropológico. Relatar a própria subjetividade em diários de campo, refletindo sobre o campo pesquisado, problemas e limitações, auxilia o pesquisador na escolha do *modus operandi* na condução da investigação e na definição de categorias de análise. O diário de campo contém um tipo de escrita ensaística, que funciona como um dispositivo “de pensamento especulativo preliminar [...] fundamental para o processo de pensar o próprio pensamento” (ROCHA; ECKERT, 2008, p. 18). São dados coletados na percepção do pesquisador que vão auxiliar na sistematização da interpretação e relativização cultural. Por ser assim, uma série de pequenos relatos do processo de pesquisa, Weber (2009) explica que a censura parcial do diário de campo deve ser uma prática do etnógrafo. O material guarda sensibilidades do pesquisador ainda não tratadas ao ponto de uma objetividade científica. Idealizando, nada deveria ser excluído de uma possível publicação, entretanto o diário de campo se relaciona com o íntimo do pesquisador e contém especulações, hipóteses inúteis e dados desordenados. Um processo editorial se faz necessário para tornar essas ideias soltas em interpretação e análise científica (WEBER, 2009). Rocha e Eckert (2008)

complementam que o diário de campo não é escrito durante a observação participante. Para isso é melhor o recolhimento de pequenas anotações, que também não são escritas de tudo que é observado em campo.

Demais técnicas apontadas por Rocha e Eckert (2008) incluem: a leitura de outras monografias, tanto das ditas “clássicas” quanto as contemporâneas; a não criação de hipóteses de pesquisa, evitando as já citadas concepções etnográficas; a soma de recursos audiovisuais, a fim de relatar a experiência etnográfica abrangendo sentidos mais amplos do que uma produção puramente acadêmica positivista; e a efetivação de um retorno das informações coletadas ao grupo pesquisado, característica da restituição que atualmente se constitui como um importante avanço nas Ciências Sociais e que reafirma o caráter de coautor do etnógrafo.

Encerrando esse trecho sobre Antropologia, etnografia e cultura, Leal e Dos Anjos (1999) comentam sobre o paradoxo que vivem os antropólogos, entre a culpa da fundação da disciplina estar ligada ao colonialismo e a possibilidade de exercer um posicionamento de luta política e enfrentamento cidadão. O colonialismo reservou uma herança medonha ao campo científico, enquanto um olhar eurocêntrico, masculino e branco, considerado universal (CARVALHO, 2001). Para fugir dessa armadilha, Leal e Dos Anjos (1999) apontam para uma postura de vigilância. Carvalho (2001), somando aos esforços de Leal e Dos Anjos (1999), sugere a prática do descentramento do olhar, deslocando a autoridade do etnógrafo enquanto detentora de um lugar puramente científico. Portanto, a postura de vigilância se dá em um espaço negociado, evitando a separação dicotômica entre etnógrafo e “nativo”. Através desse descentramento do olhar, a etnografia se torna um espaço para dar voz às comunidades emergentes, ao invés de ser uma pesquisa do “extraordinário”, “diferente” e “exótico”.

Resumindo alguns pontos, observa-se que a etnografia está estabelecida nos pilares fundantes do campo científico da Antropologia e considerada uma prática de longa tradição. O trabalho de campo *in situ* é essencial para a criação de vínculos com as populações pesquisadas, possibilitando a observação participante. O olhar etnocêntrico pode ser inevitável, porém é importante que o etnógrafo se mantenha sensível e lúcido sobre suas próprias limitações. O conceito de cultura é polissêmico e nunca cristalizado. A partir disso, uma postura de coautoria com a população pesquisada faz sentido, pois o etnógrafo não atribui sentido, apenas tenta interpretar a cultura. Em seguida o trabalho se dirige para a revisão de autores que se concentraram em problematizar a etnografia para pesquisas em mídias digitais.

#### 4.1 ETNOGRAFIA APLICADA A MÍDIAS DIGITAIS

O que torna o homem tão interessante como fenômeno é o fato de que ele precisamente não é nada daquilo que os simplificadores fizeram parecer que fosse. Ele não é nem um carnívoro nem um herbívoro, nem macaco assassino nem macaco nu; ele é fabricado por ferramentas tanto quanto as fabrica, é a ferramenta da linguagem tanto quanto a linguagem é sua ferramenta. Ele é todas essas coisas e portanto nenhuma delas; a metáfora do seu extraordinário modo de ser, do seu metafórico modo de ser, eludiu tanto o cientista quanto o intérprete (WAGNER, 2010, p. 322).

Se a etnografia tem sua força baseada na empiria e no trabalho de campo, como é possível a realização de uma pesquisa que tem como objetivo investigar uma plataforma digital? Enquanto os pais do trabalho de campo realizaram longas viagens, como Malinowski (1978), que se deslocou para a Melanésia, no Sul do Pacífico, e Boas (2005), que foi para o norte do Canadá, para onde vai o etnógrafo interessado em fenômenos ligados a internet e as mídias digitais? Sem dúvidas há diferenças significativas em uma etnografia “física” e uma “digital”, entretanto isso não significa que o segundo caso seja inviável. Nos próximos parágrafos será debatido as especificidades da etnografia em ambientes digitais.

No Brasil, o campo científico da Comunicação viu nas últimas duas décadas um crescimento no interesse de pesquisas vinculadas à temática da Cibercultura<sup>69</sup>. O motivo disso, relatam Montardo e Amaral (2011), foi o aumento da oferta de cursos de pós-graduação e o desenvolvimento das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs). Ao longo do tempo foram surgindo grupos de trabalho destinados aos estudos de Cibercultura, como os que existem na Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós) e no Congresso da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom). Além disso, em 2006 foi fundada a Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura (ABCiber) (MONTARDO; AMARAL, 2010). Portanto, o campo da Comunicação no Brasil instituiu a Cibercultura como um tema próprio do seu escopo. Para realizar pesquisas nessa temática, que segundo Rocha e Montardo (2005) há nesse tema uma abrangência maior do que apenas o campo da Comunicação, a etnografia se apresentou como um recurso indispensável. Ou seja, questões ligadas a Cibercultura exigem soluções que são das ciências sociais como um todo (ROCHA; MONTARDO, 2005).

---

<sup>69</sup> Designação de uma cultura contemporânea, baseada na relação do homem com tecnologias em rede. O termo advém de ciberespaço, conceito que reflete a interconexão de computadores – tanto em infraestrutura quanto em circulação de informações. O conceito Cibercultura pode mudar conforme o autor (LÉVY, 2012; LEMOS, 2007; FELINTO, 2006).

A apropriação da etnografia pela Comunicação rendeu frutos, pois alguns autores empreenderam problematizações sobre o método vinculado a pesquisas para internet. Para realizar uma etnografia no Twitch, este trabalho vai buscar nesses autores alguns embasamentos necessários para o andamento dessa investigação. Fragoso, Recuero e Amaral (2013) elaboram um apanhado geral sobre abordagens etnográficas como método de pesquisa para a internet, pois segundo as autoras “a investigação interpretativa nos ajudam a decompor e desvendar padrões de comportamento social e cultural” (p. 168). Em um primeiro momento, pela organização de ideias que as autoras abordam, houve uma definição de termos para uma etnografia específica para a internet. Hine (2000) utilizava etnografia virtual e Kozinets (2010) netnografia. Talvez essas delimitações tenham sido importantes no início dos estudos para a internet, afinal ainda não havia o acesso as tecnologias em rede tão grande quanto existem hoje e os estudos também estavam dando seus passos iniciais. Entretanto, não há motivos para uma suposta diferenciação com a etnografia “tradicional”. Hine (2015) já abandonou essa diferenciação, porém Kozinets (2010) defende a ideia de que ambientes mediados por tecnologias da comunicação exigem o termo netnografia pelas seguintes especificidades: I) entrada em campo; II) obtenção e análise de dados; e III) definições de questões éticas (apud POLIVANOV, 2013). Fragoso, Recuero e Amaral (2013) concordam que existem especificidades em pesquisas para internet, como a não necessidade de se deslocar de barco até uma ilha do Pacífico, a facilidade (ou dificuldade) de recolher dados multimídia através de alguns comandos do computador e a necessidade de estipular o nível de participação do pesquisador em uma comunidade digital. Entretanto, as autoras se perguntam se é mesmo necessário definir um nome diferente para o empreendimento etnográfico em mídias digitais. Polivanov (2013) problematiza os diferentes termos para etnografia digital, questionando se a diferença material dos dados coletados em encontros presenciais e encontros digitais justifica o emprego dos termos etnografia virtual, netnografia ou qualquer outro nome diferente de apenas etnografia. Polivanov (2013), citando Sá (2005), esclarece que os procedimentos básicos de uma etnografia permanecem os mesmos no digital: I) o processo de estranhamento e emergência da alteridade; II) subjetividade e interpretação do pesquisador no processo de relacionamento com o campo; III) recolhimento de dados durante a observação participante; e IV) caráter de (co)construção de um texto interpretativo da cultura.

A necessidade de criar novos termos para uma etnografia digital, portanto, não existe. Por outro lado, refletir sobre as especificidades desse tipo de pesquisa, problematizá-las e incluir esse debate no processo do trabalho é válido (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2103). Conforme Hine (2015), a etnografia é flexível o suficiente para ser realizada com

criatividade, e ao mesmo tempo que se preserva os princípios fundamentais do modo de produção antropológico. Outro ponto adereçado por Hine (2015) trata da comunicação mediada. Segunda a autora, o etnógrafo deve atentar para os fenômenos acontecendo ao seu redor e, sendo assim, abraçar pesquisas sobre as atividades das pessoas. Logo, se a comunicação mediada por tecnologias digitais está incorporada na vida das pessoas na atualidade, da mesma forma o etnógrafo deve voltar sua atenção para este fenômeno. Ainda sobre aspectos da mediação tecnológica, Sá (apud POLIVANOV, 2013) defende que independente da etnografia ser realizada pela internet ou face a face, o caráter da mediação é inevitável. Se de um lado existirão computadores, celulares, e conexão em rede, do outro lado haverão blocos de notas, gravadores e informantes. A própria linguagem é uma ferramenta criada pelo homem para mediar relações (WAGNER, 2010). A relação mediada não é exclusividade dos ambientes digitais.

Outro problema referente à etnografia para a internet trata das questões sobre tempo e espaço. A distância física seria um fator capaz de impossibilitar esse tipo de pesquisa? Fragoso, Recuero e Amaral (2013) afirmam que essa é uma dúvida recorrente. Afinal, como identificar uma comunidade em ambientes digitais, sendo que não há presença física dos participantes? A percepção de tempo e espaço foram alteradas pelas tecnologias de informação e comunicação, o que não significa invalidar relações digitais, diferentes da face a face (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2013). Para resolver esse problema, é possível recorrer a Lemos (2007). O autor afirma que a territorialidade do ciberespaço se define tanto pelo controle e estrutura (protocolos TCP/IP, computadores, cabos, fios e outros componentes telemáticos), quanto pelos sites, blogs e fóruns online que os sujeitos participam. O que define esses territórios e formam comunidades são as práticas das pessoas. Transmitir uma sessão de jogo pelo Twitch é próprio desse espaço, logo uma territorialidade. Dessa forma, há tanto a prática e o lugar de pesquisa de interesse da etnografia. Mesmo com a não presença física e a circulação “etérea” de informações, próprias dos ambientes digitais, as comunidades podem ser identificadas nos seus territórios através de suas práticas e interações sociais.

A realização de uma etnografia envolvendo internet e ambientes digitais é um grande desafio. Envolve acompanhar e registrar informações no mundo digital entre pessoas e sistemas, exigindo que o pesquisador seja tão dinâmico quanto o meio (POLIVANOV, 2013). As interações são velozes, a troca de informações é incessante e os sistemas estão sempre sendo modificados e transformados. O campo da Comunicação aceitou esse desafio ao se interessar pelo tema da Cibercultura e agora é envolvido por problemas que abrangem as ciências sociais

como um todo. De qualquer forma, quando se trata de ambientes digitais, a etnografia necessita e pode se adaptar. Não são as especificidades da aplicação para a internet que vão suplantam os fundamentos básicos da etnografia. O caráter da mediação das tecnologias digitais é diferente da face a face, apresenta características distintas na relação tempo e espaço, porém não inviabiliza a etnografia. Enquanto existirem práticas e um território ocupado por interações sociais, a etnografia pode e deve ser realizada.

#### 4.2 ETNOGRAFIA E ESTUDOS DE *GAMES*

Até agora os *games* não receberam a devida atenção neste trabalho e é tarefa desta seção refletir sobre este ator fundamental no Twitch. Apesar dos jogos eletrônicos fazerem parte de um todo que está sendo investigado, é importante que ao menos algumas abordagens teóricas sejam tecidas, relatando um pouco sobre os Estudos de *Games* (*Game Studies*) no Brasil e analisando outros trabalhos etnográficos que estudaram comunidades *gamers*.

Nos últimos 15 anos a expressividade dos Estudos de *Games* em terras verde-amarelo tem sido pouca, pois, em proporção, o número de trabalhos elaborados em relação a outros campos é menor. A Comunicação acolheu a temática dos *games*, por oferecer possíveis investigações de produtos culturais, fenômenos sociais e midiáticos. Entretanto, a comunidade de pesquisadores dedicados ao tema é pequena e carece de recursos que já estão alocados em outros setores de pesquisa. Este espaço negociado entre o fomento e o interesse científico nos Estudos de *Games* afeta o crescimento de trabalhos neste campo (FRAGOSO et al., 2015).

O problema do interesse científico nos *games* não é apenas relativo a pessoas e recursos de pesquisa. Wolf (2005) afirma que os jogos eletrônicos têm sido negligenciados pela academia, pois estudá-los é mais difícil do que as mídias tradicionais (livros, cinema, rádio e televisão). Enquanto alguém pode sentar e escutar uma música, ler um romance ou assistir um filme, nos *games* são exigidas habilidades para que a pessoa consiga avançar na narrativa. Por exemplo, em alguns jogos são necessários bons reflexos, enquanto em outros é preciso habilidades em resolver enigmas e quebra-cabeças. Portanto, em comparação com mídias tradicionais, compreender os jogos eletrônicos exige um nível maior de envolvimento do pesquisador. Há outras abordagens possíveis para a realização de Estudos de *Games*, sem dúvidas, porém Wolf (2005) sinaliza que este fator contribuiu para que os *games* sejam negligenciados em estudos acadêmicos.

Outro problema para os *games* terem sido ignorados por algum tempo, explica Wolf (2005), é o status de “jogo”. Essa característica carrega um estigma e marginaliza o fenômeno como brincadeira que não pode ser levada a sério. Na atualidade, a complexidade dos jogos eletrônicos é tamanha que “inserir uma mensagem, uma forma de ver o mundo, ou filosofia em um *game* pode ser feita da mesma maneira que estes elementos podem ser incorporados em romances e filmes” (WOLF, 2005, p. 6). Logo, não é mais possível ignorar os jogos eletrônicos e suas implicações como fenômeno cultural.

A característica tecnológica do meio diferencia os *games* de outros jogos convencionais, tais como jogos de mesa e tabuleiros. Há uma relação direta entre tecnologia e jogador, afinal o suporte técnico faz existir os jogos eletrônicos. São duas instâncias necessárias para o funcionamento de um *game*: *hardware* e *software*. O *hardware*, ou a máquina, pode ser um fliperama, console doméstico, sistema portátil ou um computador, por exemplo. Já o *software* se caracteriza pela interface gráfica, os algoritmos, o código, os bits, enfim, os dados processados pelo *hardware* (GALLOWAY, 2006). A máquina, seja ela um computador, console doméstico ou fliperama, joga junto com o operador, segundo Galloway (2006). O autor salienta que o *game* é uma mídia baseada na ação. Telas piscando, pixels, personagens e elementos se movendo são resultado físico da ação e mediação de operador e máquina. Há uma agência nesta relação sociotécnica, que pode ser compreendida como

[...] o processo contínuo de negociação entre o jogador e o *game*, no qual o jogador interage simultaneamente com o conteúdo e estrutura do jogo, com as representações desse conteúdo e estrutura, com os instrumentos tecnológicos que tornam isso possível e com os elementos materiais do ambiente físico. (FRAGOSO, 2015, p. 214, tradução minha)<sup>70</sup>.

Corroboram com essa ideia de agência entre jogo e jogador o trabalho de Ferrin e Kontopodis (2015), onde os autores realizam uma tecnografia com *gamers*, segundo suas palavras. Os autores concluem que “a imaginação deve ser entendida no contexto de interações técnico-sociais complexas da atualidade, porque a imaginação investida e intercambiada em uma rede social cria a base para uma ordem simbólica das coisas” (FERRIN; KONTOPODIS, 2015, p. 144). Há uma afetação mútua no sistema jogo/jogador, que circula da ação física objetiva, ao nível de conceitos e ideias do subjetivo, tanto humano quanto não humano.

O caráter da ação envolvido no processo de jogar não transforma audiências de produtos culturais tradicionais passíveis ao conteúdo recepcionado, enquanto o jogador sustentaria uma

---

<sup>70</sup> Do original: “[...] a continuous process of negotiation between the player and the game, in which the player interacts simultaneously with the contents and structure of the game, with the representations of those contents and structure, with the technological instruments that make them possible and with the material elements in their physical environment” (FRAGOSO, 2015, p. 214).

aura mais ativa. A reflexão pontuada pelos autores referidos apenas diz respeito ao modo de aproximação científico necessário para o Estudo de *Games*.

A partir de agora serão apresentados os trabalhos científicos brasileiros que utilizaram a etnografia em estudos de comunidades *gamers*, seja desenvolvendo empreendimentos etnográficos em ambientes digitais (mídias participativas, fóruns, jogos em rede multijogadores, entre outros), ou apenas convivendo com os grupos pesquisados e observando a prática de jogar. O principal motivo de realizar esse levantamento de trabalhos brasileiros está relacionado com a importância de ler outras etnografias (ROCHA; ECKERT, 2008).

Foram encontrados cinco artigos científicos, uma dissertação de Mestrado e uma tese de Doutorado, totalizando sete trabalhos. Partindo do campo da Comunicação e depois ampliando o escopo, os primeiros bancos de dados consultados foram os da Compós, Portal de Livre Acesso à Produção em Ciências da Comunicação (Portcom) e ABCiber. Após, foram consultadas as bases da *Scientific Electronic Library Online* (SciELO) e do banco de teses CAPES. Por fim, foi consultado o Google Acadêmico, que indexa várias bases de dados.

Os resultados apresentados foram conduzidos entre os meses de novembro e dezembro de 2015 e foram utilizadas nas buscas as palavras-chave etnografia e *games*. Quando os resultados não eram satisfatórios, os campos de pesquisa foram manipulados para que a indexação da ferramenta de busca apresentasse resultados diferentes. Sendo assim, também foram utilizadas outras palavras-chave, como jogos eletrônicos e *gamers*. A escolha de conduzir buscas no Google Acadêmico já se provou interessante em outro momento (PAZ, 2015) por ampliar o escopo de coleta. Porém, é importante citar que, conforme as palavras-chave utilizadas, a indexação do Google Acadêmico apresentou milhares de resultados. O filtro para encontrar os trabalhos foi manual nessa ferramenta, o que pode ter ocasionado na exclusão de trabalhos do recorte de forma acidental. Caso semelhante ocorreu no Portcom, porém os resultados apresentados pela ferramenta foram menores, facilitando a aplicação do filtro manual.

A fim de sistematizar os trabalhos encontrados, foram criados dois quadros, um referente para a dissertação e tese e outro aos artigos (Quadros 2 e 3). As perguntas deste trabalho em relação as produções acadêmicas levantadas buscam responder o seguinte: Qual formato do estudo? Qual(is) o(s) autor(es)? Qual a área do conhecimento do trabalho? Qual o local de origem? Qual o período de publicação? Qual o objeto de pesquisa? Quais palavras-chave foram utilizadas? E, quais as referências sobre etnografia foram empregadas? Os quadros apresentam esses dados em resumo.

Quadro 2 - Trabalhos de dissertação de Mestrado e tese de Doutorado

<b>Trabalho</b>	Dissertação	Tese
<b>Autor(es)</b>	Daniel C. Valentim	Márcia D. Medeiros
<b>Área do conhecimento</b>	Sociologia	Educação Brasileira
<b>Origem</b>	UFC	UFC
<b>Período</b>	2012	2013
<b>Objeto</b>	<i>Cyberatletas</i> de futebol digital	Jovens convidados
<b>Palavras-chave</b>	<i>Cyberatletas</i> . Jogos eletrônicos. Sociabilidade. Futebol digital. Antropologia urbana.	Jogos eletrônicos. Subjetividade. Identidades Virtuais.
<b>Referências sobre etnografia</b>	Carvalho (2001); DaMatta (1995); Geertz (2001); Magnani (2009); Malinowski (2005).	DaMatta (1997); Geertz (1999); Hine (2000, 2005); Kozinets (2002); Malinowski (1975, 1978).

Fonte: elaborado pelo autor.

Quadro 3 - Artigos

<b>Trabalho</b>	Artigo	Artigo	Artigo	Artigo	Artigo
<b>Autor(es)</b>	Emmanoel Ferreira	Mateus D. Finco e Alex B. Fraga	Carla Barros	Jair R. Oliveira Neto e Micheline D. G. Batista	Gilson Cruz Junior
<b>Área do conhecimento</b>	Comunicação	Educação Física	Marketing	Sociologia	Educação Física
<b>Origem</b>	UFRJ / UFF	UFRGS	ESPM-RJ	UFPE	UFSC
<b>Período</b>	2011	2012	2009	2012	2014
<b>Objeto</b>	Portal Xbox	Wii Fit	<i>Lan houses</i> do Rio de Janeiro	Jogos <i>Combat Arms</i> e <i>Dragons of Atlantis</i>	UOL Jogos
<b>Palavras-chave</b>	Cultura participativa. Letramento digital. Etnografia. Novas mídias. Games.	Atividade física. Qualidade de vida. Saúde. Educação Física.	Identidade. Distinção. Gostos Culturais. Internet. Camadas Populares.	Jogos eletrônicos. Jogos sociais. Hermenêutica. Aprendizagem.	Atividades de lazer. Jogos e brinquedos. Jogos de vídeo.
<b>Referências sobre etnografia</b>	Kozinets (1997); Hine (2005); Malinowski (1978); Montardo e Passerino (2006).	Kozinets (2009).	DaMatta (2000); Geertz (1978); Malinowski (1978).	Nenhuma.	Edgeworth (2006) e Geertz (2008).

Fonte: elaborado pelo autor.

É possível observar, pelos dois quadros apresentados, que as produções acadêmicas correspondentes dessa coleta são diversas em vários aspectos, tanto de local de origem, quanto em áreas do conhecimento e objetos de pesquisa. Por outro lado, alguns autores referenciados são constantes nos trabalhos, mostrando a importância de suas obras e a já referida tradição antropológica. Quando se trata de etnografia em ambientes digitais, Kozinets e Hine surgem repetidamente, enquanto Geertz e Malinowski são referências da “tradição”.

Após a sistematização dos dados, foi realizada a leitura crítica de cada uma dessas etnografias. Nos próximos parágrafos serão tecidos alguns comentários sobre as produções acadêmicas, levando em conta a revisão bibliográfica realizada anteriormente. Será observada a perspectiva conceitual e técnica da etnografia em relação ao que foi efetivado e relatado na coleta.

O primeiro trabalho que se voltou a atenção foi de Ferreira (2011), do campo da Comunicação. O autor utiliza a etnografia para pesquisar um fórum de *gamers*, no Portal Xbox. Não entraremos em detalhes do que é o Portal Xbox, afinal o trabalho original já o faz. Ferreira (2011) se posiciona perante o campo pesquisado na condição de *lurker*<sup>71</sup>, prática na qual não é revelada a identidade do pesquisador ao grupo e também não informada a realização da pesquisa (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2013). Enquanto essa prática pode ser útil para um processo exploratório, anterior à entrada em campo, a realização de uma pesquisa e divulgação de resultados como *lurker* levanta questões éticas que concernem à prática etnográfica. Qual a restituição da produção acadêmica que foi retornada ao grupo? Como fica o consentimento do grupo para a realização da pesquisa? Qual dano pode ser causado a esse grupo pesquisado, em caso de alguma vulnerabilidade? Enfim, dentro do que foi debatido até agora, muitas questões importantes para a etnografia parecem ficar de fora do trabalho de Ferreira (2011). Alguns outros pontos também não são abordados na etnografia realizada pelo autor, como a confecção de diários de campo e o estabelecimento de um vínculo que se estende no fluxo do tempo com a comunidade pesquisada.

Com algumas semelhanças em relação ao trabalho de Ferreira (2011), Finco e Fraga (2012) utilizam os termos etnografia virtual e netnografia para uma abordagem de comunidades online de jogadores do Wii Fit. Os autores comentam que aplicam também uma análise de conteúdo, ao recolher dados de comentários e postagens. Talvez este artigo deveria ter sido excluído do levantamento, afinal, além do que é apresentado no resumo do trabalho, pouco ou

---

<sup>71</sup> Denominação de quem apenas observa fóruns, listas de discussão online, comunidades e grupos, sem realizar nenhuma participação efetiva.

nada há de etnografia. Não há citação alguma sobre diário de campo, processo de alteridade, vínculo com o campo pesquisado ou demais técnicas de um empreendimento etnográfico. De qualquer forma, os autores poderiam ter comentado que se tratava de uma produção com inspiração etnográfica, que evitaria a necessidade do emprego de técnicas e conceitos mais específicos.

Por outro lado, Cruz Junior (2014) esclarece de antemão que seu trabalho se propõe a realizar uma pesquisa de inspiração etnográfica, com características arqueológicas. O autor realiza uma espécie de escavação na comunidade online UOL Jogos, recolhendo dados e realizando observação participante. Neste sentido, a produção apresenta comentários de usuários da comunidade e Cruz Junior (2014) apresenta os dados como resultados advindos de suas percepções coletadas em um diário de campo.

Em Barros (2009) é observado uma abordagem etnográfica em ambientes urbanos, que se relaciona ao digital e ao *games* com a escolha do objeto pesquisado: lan houses<sup>72</sup> do Rio de Janeiro. Aos poucos a questão social dos *games* emerge no trabalho da autora, deixando claro uma construção de um campo que foi abordado de forma relativizada, sem pré-concepções. Estão presentes no trabalho de Barros (2009) a criação de um vínculo com o grupo pesquisado, a observação participante, entrevistas individuais em profundidade e conversas informais.

Uma aplicação da etnografia diferente de todas as outras levantadas é dos autores Oliveira Neto e Batista (2012), que fazem uma abordagem diretamente no ambiente dos *games* pesquisados. Foram objetos de estudo dos autores o jogo social *Dragons of Atlantis* e o *game* de guerra *Combat Arms*. A etnografia pode ser aplicada, afinal os ambientes desses jogos permitem interação em rede entre os jogadores. Entretanto, Oliveira Neto e Batista (2012) comentam sobre algumas técnicas da etnografia, inclusive utilizando o termo etnografia online, sem nunca mencionar nenhum autor ou referência sobre o tema. Não é problematizado o método ou mesmo refletido sobre suas especificidades para ambientes digitais.

Em se tratando das produções acadêmicas de maior fôlego, Valentim (2012) elaborou uma dissertação de Mestrado muita atenta a diversos aspectos da etnografia que foram referidos aqui durante a revisão bibliográfica. O objeto de pesquisa do autor eram cyberatletas de futebol digital, e a sua inserção em campo se deu na Federação Cearense de Futebol Digital. Durante os dois anos da pesquisa, Valentim (2012) comenta que visitava todos os dias o local de

---

<sup>72</sup> Locais onde as pessoas podem pagar pela utilização de computadores conectados em rede, com o intuito de jogarem ou apenas de navegarem na Web.

encontro do grupo, o que gerou três cadernos de diários de campo e mais de 1500 fotografias. É possível perceber neste trabalho, portanto, a criação de um vínculo com o grupo, o processo de pensamento do autor pela escrita dos diários e a utilização de recursos visuais para relatar a experiência etnográfica. Além disso, Valentim (2012) também problematiza e reflete sobre a etnografia com frequência, apontando suas percepções sobre o campo e o processo de alteridade que aconteceu, afinal o autor nunca tinha se interessado por *games* até o momento da pesquisa.

Por sua vez, a tese de Doutorado de Medeiros (2013) convidou alguns jovens aos quais a autora tinha acesso, para participarem da pesquisa etnográfica. Neste caso, não houve a inserção do pesquisador em uma comunidade de *gamers*, o que pode suscitar algum debate sobre a aplicação da etnografia nesses termos. Afinal, como se constituem as práticas desse grupo, quando eles não formam uma unidade em termos de práticas e símbolos compartilhados? De qualquer forma, esses jovens foram convidados a participar de uma espécie de experiência conduzida por Medeiros (2013), na qual eles escolhiam seus personagens nos *games*, jogavam e depois respondiam questionários e eram entrevistados. A autora ainda comenta a existência do diário de campo e de gravações em vídeo da experiência realizada com os jovens.

O intuito até aqui, com os relatos das produções acadêmicas que aliam etnografia e comunidades *gamers*, foi de mostrar as possibilidades de uma abordagem etnográfica nos Estudos de *Games*. Apesar da crítica realizada, não há o objetivo de refutar ideias, a relevância e os avanços de cada uma das produções acadêmicas dentro de suas áreas do conhecimento. Tanto que outros aspectos dos trabalhos nem foram citados, apenas foram tecidos comentários que circulavam problematizações referentes à etnografia.

#### 4.3 PROTOCOLOS METODOLÓGICOS

Por enquanto foram realizadas abordagens conceituais e técnicas referentes à etnografia, refletindo sobre aspectos que se relacionam com Antropologia, Comunicação, Mídias Digitais e Estudos de *Games*. Esse processo forneceu as bases necessárias para o estabelecimento de uma metodologia, enquanto caminhos que foram percorridos em função dos objetivos propostos.

Considerando o relacionismo proposto por Wagner (2010), onde a criatividade dos sujeitos dá vida para a cultura, é preciso atentar que essas relações heterogêneas de consumo e performance estão fragmentadas no espaço e no tempo. Não há um único local de inserção do pesquisador, logo a proposta de Marcus (1995) para uma etnografia multi-situada foi pertinente

para o andamento da investigação. O conceito dessa proposta se liga às ideias da Teoria Ator-Rede, já que Marcus (1995) sugere seguir conexões, associações e relacionamentos que circulam em diferentes contextos de pesquisa. Além disso, cada ponto de contato com o campo de pesquisa sugere diferentes percepções e intensidades de observação. Por estas perspectivas, Marcus (2010) sugere seguir diferentes pontos, ao invés de se relacionar com apenas um ponto de contato, em um único local. Sendo assim, este trabalho seguiu a “coisa”, no caso a plataforma Twitch e, as pessoas, que foram entrevistadas e questionadas. Foram entrevistados três *streamers*, de uma comunidade envolvida com o jogo World of Warcraft, da produtora Blizzard, e 177 usuários do Twitch responderam um questionário.

Em resumo, neste trabalho, a etnografia se baseia na empiria para coletar as percepções do pesquisador, que são alimentadas pelo repertório da Teoria Ator-Rede, buscando traçar as ações dos atores em rede, sendo que o foco está nas relações de consumo como performance. O primeiro passo para isso é entender que observar as comunidades de *streaming* de *games* não exigiu o deslocamento físico do pesquisador para zonas geográficas distantes. Bastou para esta pesquisa um dispositivo com conexão à internet, com capacidade de acessar o Twitch (computadores, *tablets* e *smartphones*). Neste caso, houve a preferência por computadores, já que facilitam a coleta de dados, captura de telas e conteúdos multimídia, enquanto era realizada a observação participante. Anotações e percepções não foram registradas apenas em meios digitais, mas também em cadernos e blocos de nota.

O principal espaço onde foi realizada a observação participante foi na tela de *streaming* dos canais do Twitch. Enquanto a ação ocorria, foi possível interagir com os demais usuários pela ferramenta de *chat*. Toda vez que uma inserção no campo assim ocorria, foram redigidas as impressões, dados e informações em um diário de campo<sup>73</sup>. O diário de campo se divide em dois: um que foi escrito e resguardado ao pesquisador; e outro que foi publicado no blog “Diários de Twitch”<sup>74</sup>. Os dois auxiliaram na reflexão para a produção de um texto final da investigação, porém há diferenças. O conteúdo do que não publicado no blog foi escrito primeiro e contém dados mais sensíveis, pois ainda estavam na ordem do não inteligível (WEBER, 2009). Já o que foi publicado no blog recebeu a aplicação de um filtro, evitando expor pensamentos não articulados do pesquisador. Sendo assim, o que consta no blog são relatos mais objetivos da experiência e do que é observado no *streaming* de *games*, que puderam ser vistos, comentados, refutados e criticados pelos interlocutores da pesquisa. Manter o blog é

---

<sup>73</sup> Escrever um diário de campo para cada acesso ao campo em meios digitais foi uma dica da Professora Ana Luíza Carvalho Rocha, durante a Oficina Etnográfica (Universidade Feevale, 2015).

<sup>74</sup> Disponível em <https://diariosdetwitch.wordpress.com>.

uma forma de tentar dialogar com as comunidades de *streaming* de *games*, deixando as interpretações da pesquisa instáveis ao olhar do Outro<sup>75</sup>.

Ao mesmo tempo que a inserção no campo estava ocorrendo, foram realizadas entrevistas em profundidade com interlocutores que participam de comunidades de *streaming* de *games* no Twitch. “Nem só de observação vive o campo, mas também de intercâmbios e trocas culturais e de ouvir os informantes” observam Fragoso, Recuero e Amaral (2013, p. 186,). As autoras também salientam que não se pode confundir a observação participante com as entrevistas. A observação participante envolve o pesquisador no momento da ação, o que não impede conversas informais, porém não é o mesmo que entrevistas. Sendo assim, foram convidados *streamers* para entrevistas via Skype<sup>76</sup> ou face a face, o que dependia apenas da disponibilidade do interlocutor e facilidade de acesso do pesquisador. No início foi realizado um esforço para identificar grupos de pessoas radicadas em Porto Alegre, Rio Grande do Sul, para a realização de entrevistas. Essa escolha se define pela proximidade do pesquisador, que reside em Campo Bom, Rio Grande do Sul. Entretanto, se tratando de mídias digitais, as distâncias físicas e geográficas são obstáculos possíveis de serem transpostos, e não impediu que usuários do Twitch de outras regiões do Brasil participassem da pesquisa.

Durante a investigação também foi conduzido um questionário online, com o objetivo de contextualizar o Twitch no Brasil, coletando dados sobre perfil dos usuários, suas percepções quanto as performances possíveis na plataforma, usos e suas relações de consumo, e relações entre audiência e *streamers*. Esta coleta de dados quantitativa objetiva observar um panorama geral, auxiliando na visualização do território da investigação.

Para a divulgação dos resultados do trabalho, que envolvem a participação de entrevistados e usuários do Twitch, há certas providências éticas. Segue-se o Código de Ética do Antropólogo e da Antropóloga<sup>77</sup>, que impera sobre o livre direito da realização de pesquisa, desde que os direitos das populações pesquisadas estejam em primeiro plano. Ou seja, o pesquisador deve informar a natureza de sua pesquisa e respeitar quando os sujeitos recusarem a participação na investigação. A intimidade dos pesquisados deve ser preservada, assim como ter todos os cuidados para que o grupo não seja prejudicado. Neste ponto, outro documento, desta vez elaborado pela Association of Internet Researchers (AOIR, 2012), informa que

---

<sup>75</sup> Este parágrafo é baseado nas ideias abordadas anteriormente, das autoras Rocha e Eckert (2008) e Weber (2009).

<sup>76</sup> Software que permite o contato audiovisual entre pessoas. Disponível em: <https://www.skype.com/pt-br>. Acesso em 18 mai. 2016.

<sup>77</sup> Apesar do autor não ser um Antropólogo, essa é uma posição apropriada, já que será desenvolvida uma etnografia. Disponível em: <http://www.portal.abant.org.br/index.php/institucional/codigo-de-etica>. Acesso em 18 mai. 2016.

conforme os riscos de vulnerabilidade da comunidade pesquisada, maior é a responsabilidade do investigador. Em geral, o direito dos sujeitos pesa muito mais que os possíveis benefícios resultantes da pesquisa.

O documento da AoIR (2012) atesta que, em ambientes digitais, as definições do que é público e privado são ambíguos, e cada indivíduo pode ter sua própria expectativa de público e privado. Desta maneira, mesmo que os canais do Twitch sejam de livre acesso para qualquer pessoa que tiver um dispositivo com acesso à internet, será evitado qualquer divulgação de dados de usuários sem a devida autorização e consentimento. Para isso foi elaborado um Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, disponível no Anexo I, que foram utilizados nos casos das entrevistas em profundidade. Ainda assim foi evitado a divulgação do nome completo ou qualquer dado mais sensível dos interlocutores.

Para facilitar o entendimento da aplicação metodológica, se desenvolveu um quadro resumo. O conteúdo do quadro se refere aos protocolos metodológicos, ferramentas, recorte, tempo necessário para o desenvolvimento, implicações teóricas, desafios, limitações, escolhas éticas e eixos analíticos. O quadro resumo foi desenvolvido segundo sugestões de Kendall (2009), como citado por Fragoso, Recuero e Amaral (2013), com pequenas modificações para atender as especificidades deste trabalho.

#### Quadro 4 - Protocolos metodológicos

Etnografia	Mídias Digitais	Relacionismo (WAGNER, 2010) e Etnografia multi-situada (MARCUS, 1995).
Campo de pesquisa	Canais de <i>streaming</i> de <i>games</i> no Twitch.	Observação participante.
Técnicas	Diários de campo, entrevistas e questionário.	Recolhimento de dados por meios digitais. Publicação do diário de campo no blog “Diários de Twitch”. Realização de entrevistas em profundidade com <i>streamers</i> e <i>viewers</i> . Coleta de dados através de um questionário online.
Fronteira espacial	Não houve a necessidade de deslocamento geográfico.	Utilização de dispositivos conectados à internet para acessar as comunidades de <i>streaming</i> de <i>games</i> .

Fronteira temporal	Contato com o Twitch aconteceu pela primeira vez em 2014. No ano seguinte se tornou objeto de pesquisa.	Observação não participante ocorre desde o início da pesquisa, em 2015. A entrada em campo foi realizada em 2016.
Fronteira relacional	O autor pode ser considerado um “nativo”, porém não há inserção no campo prévia à pesquisa.	Interlocutores da pesquisa são pessoas conhecidas durante o andamento da investigação.
Esfera analítica	Relacionar a ação dos humanos e não humanos na plataforma de <i>streaming</i> de <i>games</i> Twitch.	A Teoria Ator-Rede provém o repertório para a investigação perceber as associações entre os atores em rede. Consumo como performance serão os conceitos que fundamentarão as análises da experiência etnográfica.
Esfera ética	Preservação de dados pessoais dos participantes da pesquisa.	Nomes completos e dados mais sensíveis não foram divulgados, mesmo com a coleta de autorizações através do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido.
Esfera pessoal	Autor teve contatos com <i>games</i> e tecnologia quando criança, relação que permanece até hoje.	Profissionalmente é formado em Comunicação Social – Relações Públicas. Foi bolsista CAPES no curso de Mestrado em Processos e Manifestações Culturais.

**Fonte: elaborado pelo autor.**

## 5 EXPLORANDO O TWITCH

### 5.1 PANORAMA – POR 177 USUÁRIOS DO TWITCH

Com o objetivo de contextualizar o Twitch em âmbito brasileiro, afinal a plataforma apenas divulga dados vagos sobre sua presença no país, foi aplicado um questionário para usuários brasileiros. A finalidade do questionário disponibilizado online buscava identificar a percepção dos usuários em relação as performances possíveis na plataforma e, por consequência, analisar a presença do consumo pelo uso do Twitch. Composto por 40 questões, 35 fechadas e 5 abertas, o instrumento ficou disponível entre 2 de dezembro de 2015 e 21 de janeiro de 2016 e foi respondido por 177 pessoas<sup>78</sup>.

Os pontos de partida da divulgação do questionário foram os perfis pessoais dos pesquisadores envolvidos com o instrumento, no Facebook e Twitter. Além disso, também houve divulgação em grupos e comunidades dedicadas ao *streaming* de *games*, como o grupo Twitch Brasil<sup>79</sup> no Facebook e a rede de *streamers* EGL Network<sup>80</sup>. Destaca-se que não há pretensão estatística com os dados coletados, pois isso exigiria uma amostra de milhares de pessoas e um cuidado maior com a abrangência demográfica. Portanto, os resultados obtidos apenas retratam os respondentes deste estudo, e não os usuários brasileiros do Twitch como um todo. Dito isso, os dados coletados contemplam os seguintes aspectos:

- I) O perfil dos respondentes;
- II) Plataforma e seus usos;
- III) Características preferidas em relação aos *streamers*;
- IV) Relação entre usuários.

Em seguida o trabalho faz um convite para um passeio visual pelos dados coletados, que foram organizados em gráficos para interpretação e análise. Também serão adicionados

---

<sup>78</sup> O trabalho de concepção, distribuição, coleta e análise de dados deste questionário foi um esforço coletivo do Grupo de Pesquisa em Processos Midiáticos e Apropriação dos Meios de Comunicação, da Universidade Feevale (Novo Hamburgo - RS) e do Laboratório de Artefatos Digitais, da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Os pesquisadores participantes foram as Professoras Doutoras Sandra Portella Montardo (Feevale) e Suely Fragoso (UFRGS), a Mestre Mariana Amaro (UFRGS) e o autor. Os resultados foram apresentados no 25º Encontro Nacional da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (COMPÓS).

<sup>79</sup> Disponível em: <https://www.facebook.com/groups/twitchbr>. Acesso em 12 fev. 2016.

<sup>80</sup> Segundo informações da *fanpage*: “agência de streamers, empenhada no desenvolvimento e captação de recursos para produtores de conteúdo online”. Disponível em: <https://www.facebook.com/EglNetwork>. Acesso em: 11 fev. 2016.

comentários, relações e outros dados coletados após cada figura apresentada, iniciando pelo perfil dos respondentes (Figura 11).

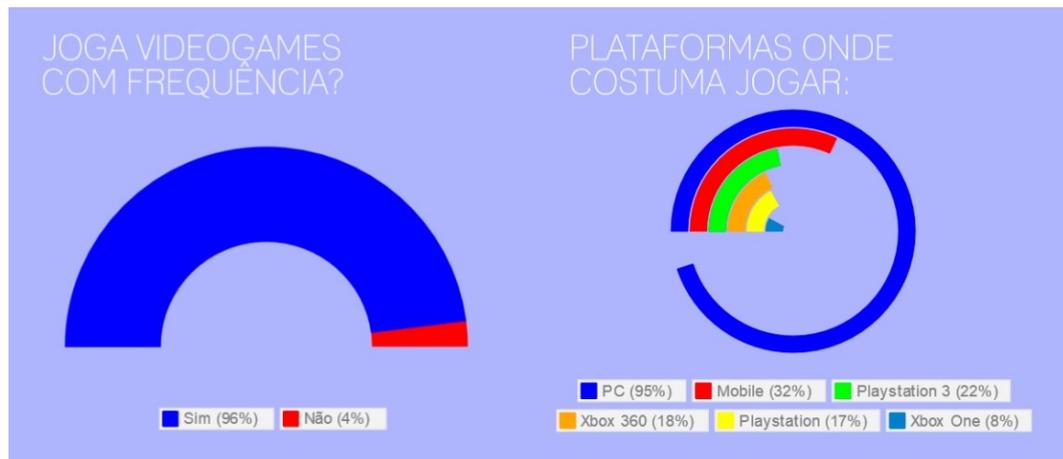
**Figura 10 - Perfil dos respondentes**



**Fonte: questionário/elaborado pelo autor.**

É possível perceber que o perfil dos respondentes corresponde, em sua maioria, a jovens homens com idades entre 18 e 35 anos, que estão cursando graduação e vivem nas regiões sul e sudeste do Brasil. A imagem seguinte se concentra nos hábitos *gamers* dos respondentes (Figura 12).

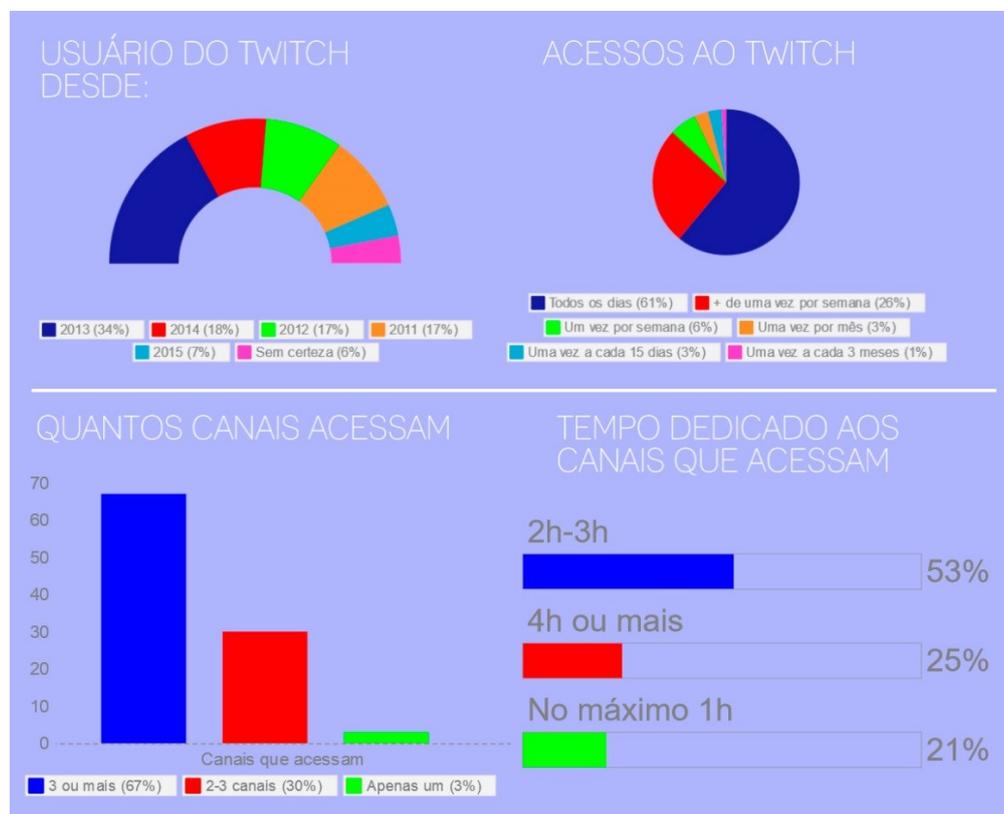
**Figura 11 - Hábitos gamers**



**Fonte: questionário/elaborado pelo autor.**

Quase todos que responderam ao questionário jogam com frequência, sendo que a plataforma principal é o PC. Isto sugere dizer que seria muito raro encontrar um usuário do Twitch que não seja *gamer*, refletindo que consumir jogos é próprio da estética da vida dos usuários da plataforma. A Figura 13, em seguida, aborda os dados de acesso ao Twitch.

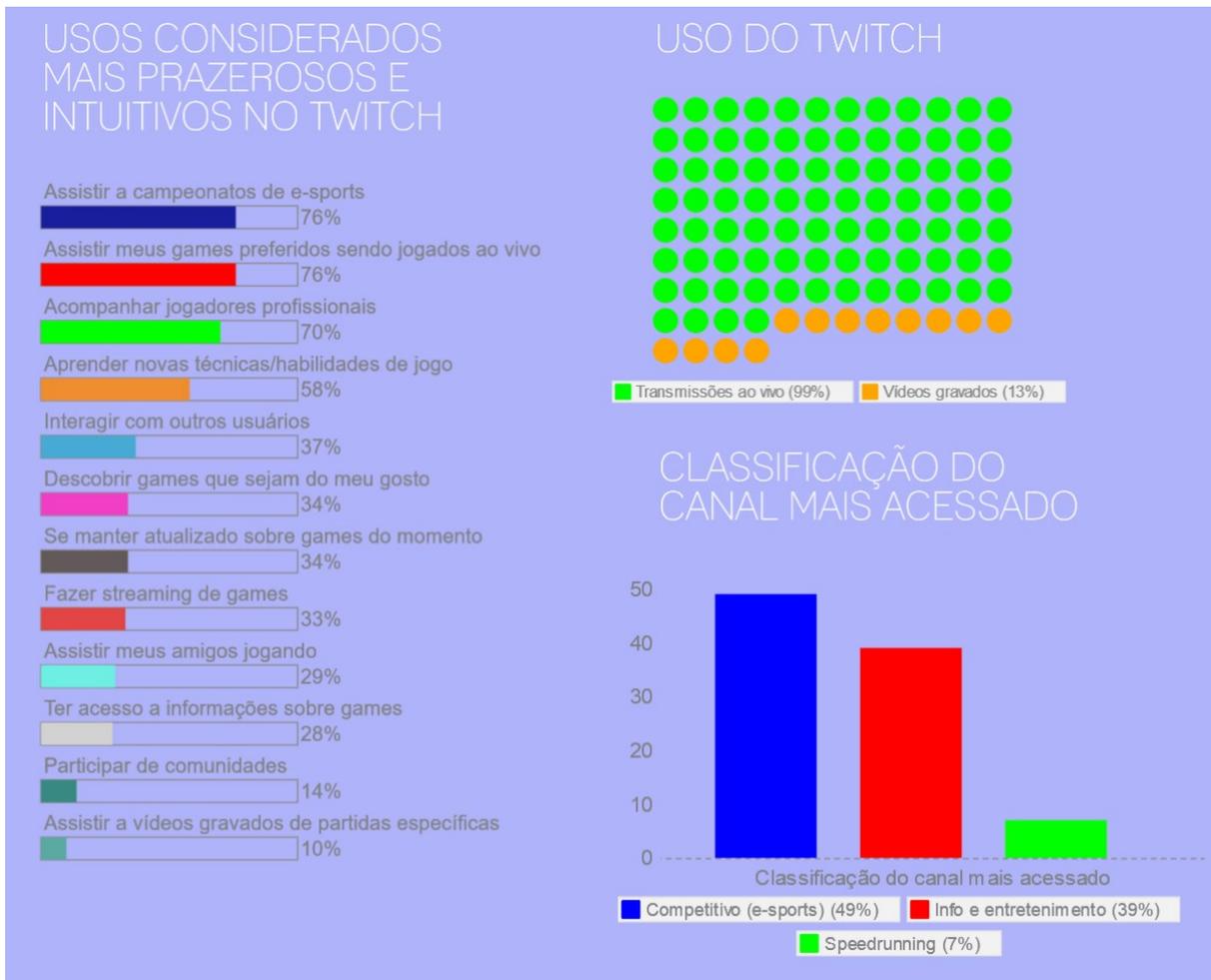
**Figura 12 – Acesso ao Twitch**



**Fonte: questionário/elaborado pelo autor.**

Os respondentes informaram que são usuários do Twitch há pelo menos mais de um ano, acessando a plataforma todos os dias. O consumo da plataforma está presente no dia a dia dos usuários e em uma fração considerável de tempo. Os respondentes também acompanham mais de três canais, durante duas ou três horas dos seus dias. Segundo dados de perguntas subsequentes, os respondentes passam mais tempo assistindo canais ao vivo, conversando no *chat* e procurando jogos para assistir do que realizando suas próprias transmissões. Isso sugere que os respondentes são em maioria espectadores, ao invés de *streamers*. Eles também indicaram que assistir *streaming* e seguir canais são as ações mais fáceis de realizar no Twitch, enquanto encontrar vídeos gravados de partidas específicas é a atividade mais difícil. O próximo gráfico, Figura 14, abrange os usos da plataforma.

**Figura 13 – Usos do Twitch**

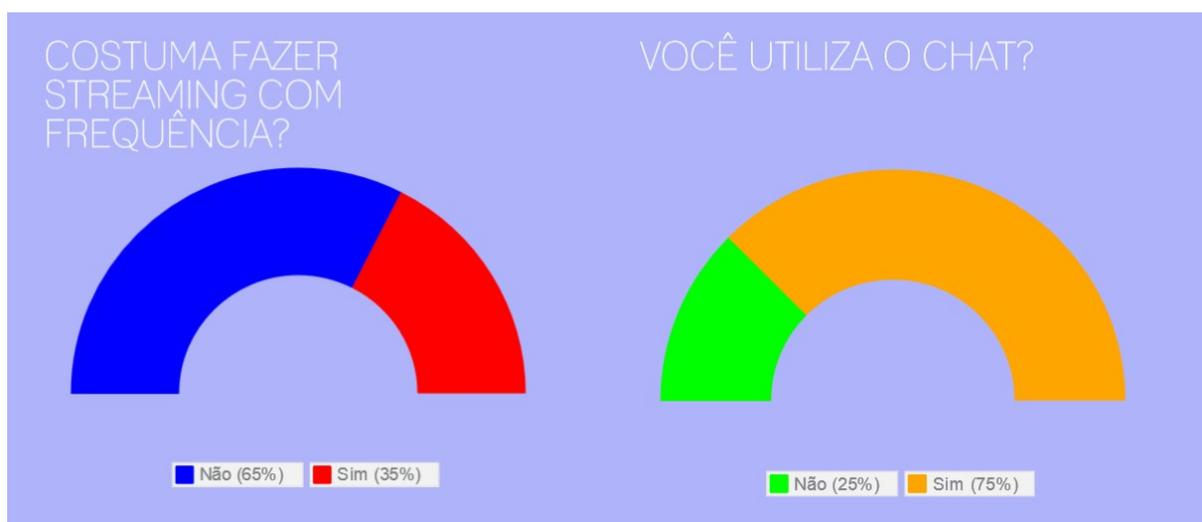


**Fonte: questionário/elaborado pelo autor.**

A preferência por assistir campeonatos de *e-sports*, considerada uma das atividades com usos mais prazerosos e intuitivos do Twitch, indica o consumo controlado da plataforma para esse tipo de conteúdo, agenciando a centralidade da cena competitiva. Uma vez que há investimentos de empresas ligadas aos eventos, não é de se estranhar tal controle. Também é possível traçar uma relação direta entre assistir os jogos preferidos com a performance dos jogadores profissionais, isto é, os usuários gostam de acompanhar pessoas habilidosas jogando seus *games* preferidos. Em conjunto com os dados de uso e classificação dos canais acessados, é reafirmado a preferência pelas transmissões ao vivo e a cena competitiva, seguido pelo interesse em informação e entretenimento.

Por outro lado, o Twitch parece falhar em promover a interação entre usuários. Por se denominar um espaço “social”, seria esperado que a interação entre usuários obtivesse um resultado melhor em relação ao prazer e intuitividade de uso. Entretanto, o resultado demonstra a centralidade das transmissões ao vivo, enquanto um conteúdo disposto unilateralmente, já que assistir amigos jogando e participar de comunidades também obtiveram resultados de pouca representatividade. Baseado nisso, é seguro dizer que o Twitch empreende um tipo de sociabilidade baseada no consumo de vídeo, enquanto apenas “discursa” sobre fazer amigos e compartilhar momentos. Em seguida será abordado sobre o *streaming* e o *chat* (Figura 15).

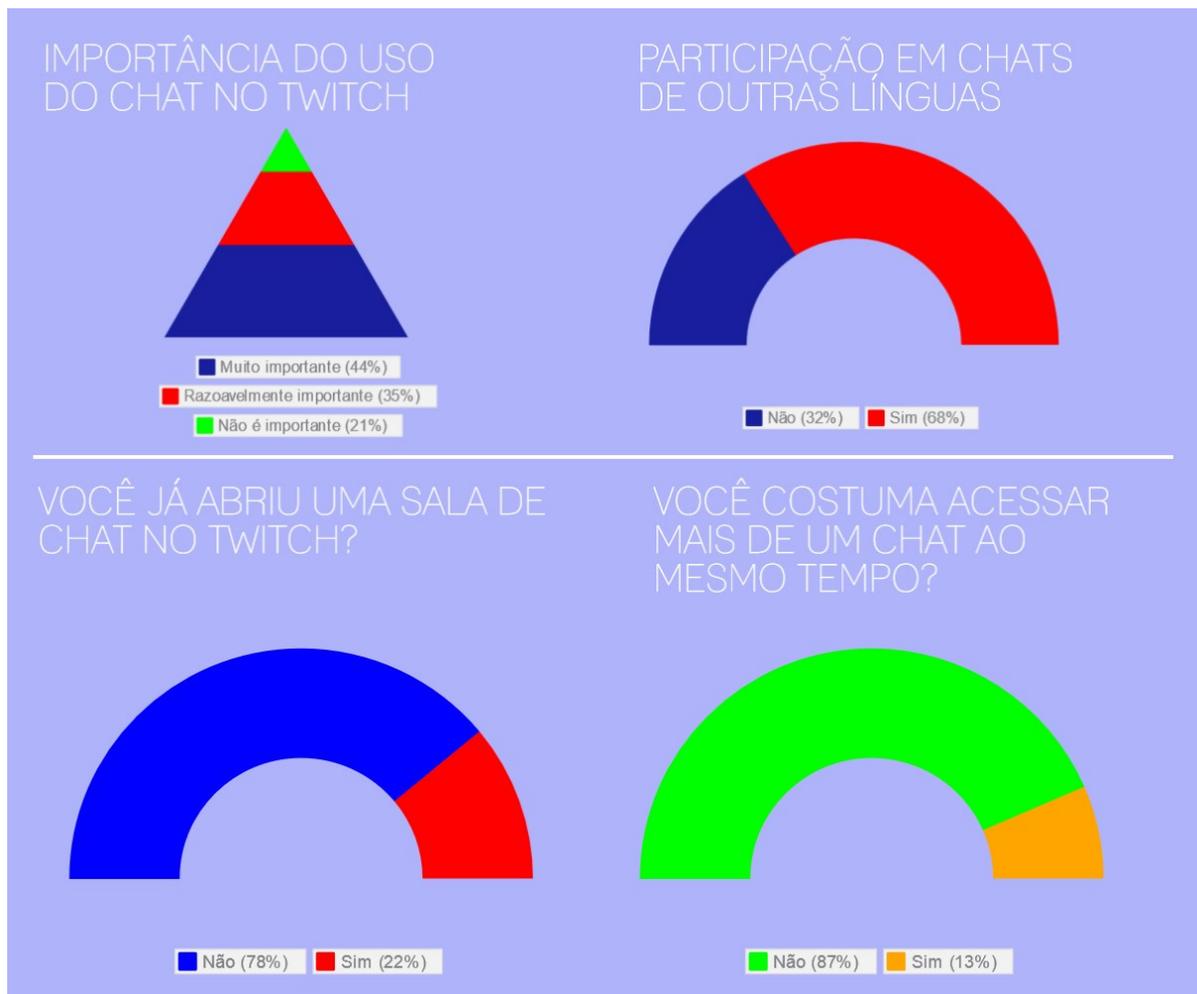
**Figura 14 – Streaming e chat**



**Fonte: questionário/elaborado pelo autor.**

A parcela de respondentes que figuram como audiência é maior do que os considerados *streamers*. Dos que afirmaram fazer transmissões com frequência, a maior parte (78%) não associam os seus canais a um *host*, o que garantiria que as sessões de jogos fossem retransmitidas em outros canais. A grande maioria diz utilizar o *chat* e é neste elemento que os próximos dados coletados se concentram (Figura 16).

**Figura 15 – Uso do chat**

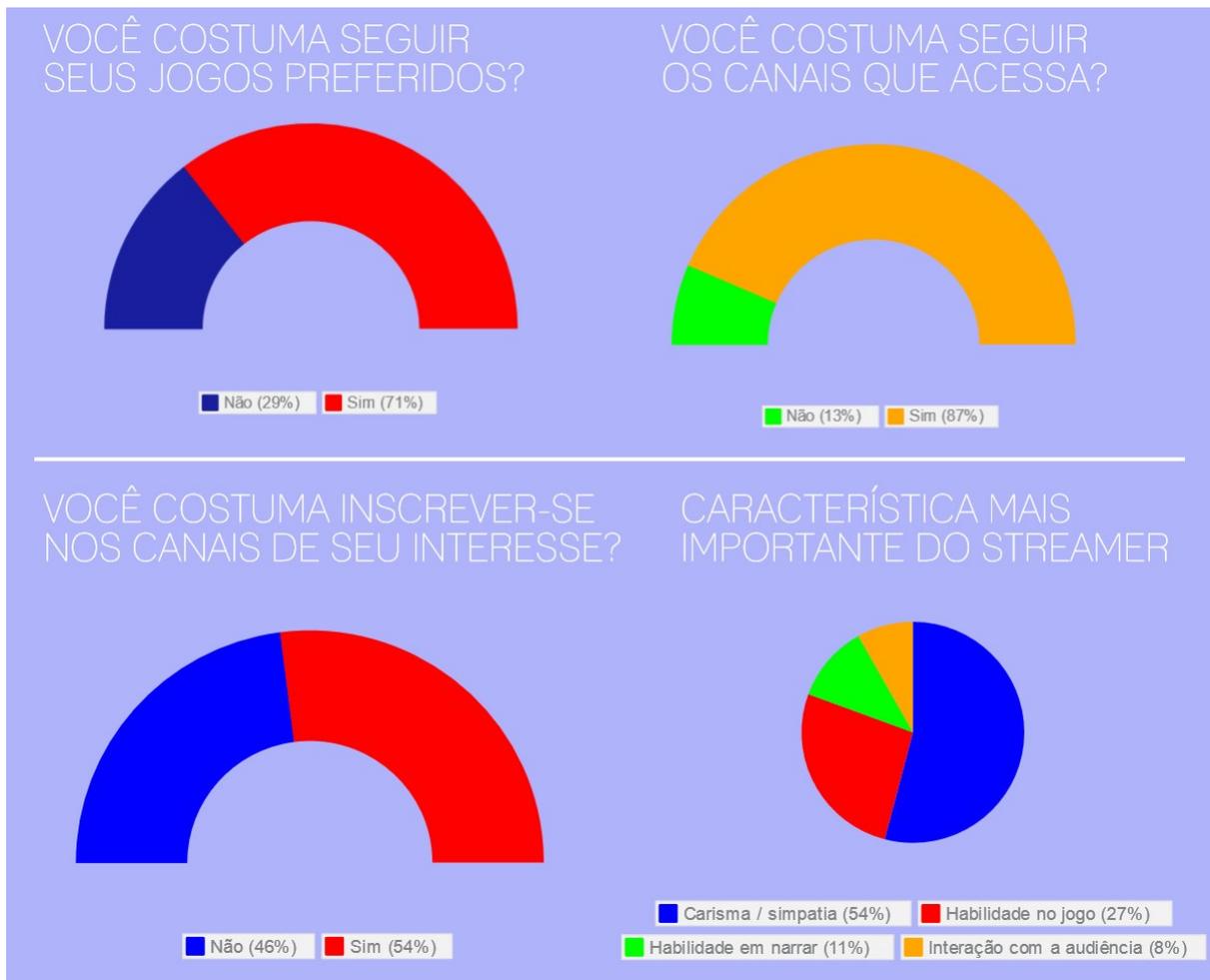


**Fonte: questionário/elaborado pelo autor.**

Os respondentes consideram existir alguma importância na existência do *chat* e participam de bate-papos em outras línguas. No entanto, algumas funcionalidades do Twitch, que permitem outras formas de manipulação da plataforma em relação ao *chat* são pouco utilizadas. Em outra questão, os respondentes afirmaram que o conteúdo principal da conversa no *chat* envolve o jogo que está sendo transmitido, seguido por outros assuntos não relacionados

(humor e tecnologia, por exemplo) e por último a habilidade no jogo do *streamer*. O *chat* é um coadjuvante de luxo, que serve para dar suporte a transmissão e a necessidade de conversação dos *viewers*. A Figura 17, próxima imagem, elabora sobre as relações dos respondentes com os *streamers*.

**Figura 16 – Relações com *streamers***



**Fonte: questionário/elaborado pelo autor.**

A grande maioria dos respondentes seguem os seus jogos favoritos e os canais que acessam. Essas ferramentas do Twitch permitem que os usuários acessem mais rápido e recebam notificações sobre o conteúdo que decidiram seguir. Em média, os respondentes seguem 27 canais. Em relação às inscrições, onde os usuários pagam US\$ 4,99 por mês para o canal que se inscreveram, as respostas retornaram divididas. Para os usuários que se inscrevem nos canais que acessam as vantagens de fazer isso incluem apoiar e aproximar-se do *streamer*,

receber benefícios no *chat* e em promoções, além de possibilitar a participação em grupos e sessões *multiplayer* exclusivas para inscritos.

Se tratando dos *streamers*, a característica mais importante para os respondentes é a capacidade de entreter a audiência, através da simpatia e carisma. Os *viewers* gostam de assistir seus jogos preferidos e ver jogadores habilidosos, mas a o que vai seduzi-los a passar mais tempo em determinado canal está na característica do *streamer* em entreter. Em seguida, aparecem a habilidade no jogo como característica mais importante e em menor grau a habilidade em narrar o jogo (no caso de transmissões da cena competitiva) e a interação com a audiência. O último gráfico encerra nas questões sobre os *streamers* (Figura 18).

**Figura 17 – Sobre os *streamers***



**Fonte: questionário/elaborado pelo autor.**

Os respondentes também acompanham seus *streamers* favoritos em outras mídias de conectividade, principalmente no Facebook (90%), no YouTube (73%) e no Twitter (60%). Pode-se conectar esse resultado ao aspecto pouco intuitivo do Twitch em relação à interação entre usuários e participação de comunidades, conforme já apontado. Entretanto, em outra pergunta, os respondentes afirmaram que foi no próprio Twitch (67%) que eles conheceram seus *streamers* favoritos.

O último gráfico expõe outra centralidade do Twitch, além do conteúdo ao vivo: os *streamers*. São eles que entretém e mantém a audiência, mais do que o jogo ou as características de interação da plataforma. O *chat*, apesar de ser importante, quando comparado com os

*streamers* e os *games* tem quase nenhuma relevância. Isso pode indicar que muitos usuários apenas utilizam o Twitch enquanto uma fonte de conteúdo ao vivo sobre *games*, dispensando práticas de conversação e interação. Portanto, a “sociabilidade” no Twitch é diferente do seu próprio discurso e de outras mídias de conectividade. O consumo da audiência está direcionado para uma fruição estética<sup>81</sup>, mais do que um fator de associação e manutenção de relações pessoais.

Levando em conta que o consumo digital permite a socialização, pela manipulação das ferramentas que o Twitch disponibiliza, os usuários são exigidos de um esforço para satisfazer suas necessidades de socialização, já que o *chat* parece não ser suficiente. Esse esforço se dá no sentido de ultrapassar as limitações da plataforma, através de mídias de conectividade externas ou espaços negociados com o *streamer*, na tentativa da audiência em performar. Há, portanto, uma assimetria entre *streamer* e audiência, que é projetada pelo Twitch, sendo que a função de quem transmite é de entreter, enquanto a da audiência pode ser especulada na função de marcar a identidade.

Os dados quantitativos são úteis para oferecer um contexto para a investigação. Partindo deste panorama, o trabalho agora dirige sua atenção para os dados qualitativos advindos de observações diretas e entrevistas, baseados na etnografia e nos rastros da ação que os atores do *streaming* de *games* disponibilizam. Será relatado o processo de alteridade, a entrada em campo negociada, as entrevistas realizadas e as percepções e reflexões do pesquisador.

---

<sup>81</sup> Esta percepção de uma fruição estética foi baseada na fala da Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Ana Carvalho da Rocha, durante avaliação do projeto de qualificação desta dissertação.

## 6 EXPERIÊNCIA ETNOGRÁFICA

Não lembro com precisão o período do ano de 2014 no qual tomei conhecimento da existência do Twitch. Remontando algumas lembranças, posso quase afirmar que a plataforma me chamou atenção a partir de alguma notícia da mídia especializada em *games*. É provável que tenha sido uma publicação do site Kotaku<sup>82</sup>, falando sobre as transmissões do evento Games Done Quick (GDQ)<sup>83</sup>. O evento consiste em transmissões de *speedrunnings*, quando jogadores tentam finalizar um jogo com a maior rapidez possível, objetivando quebrar recordes de tempo. Já o objetivo maior do evento é levantar fundos para organizações que lutam contra o câncer. O GDQ ocorre duas vezes por ano, uma vez no inverno e outra no verão norte americano, e é realizado em local físico, onde os jogadores se reúnem por cerca de sete dias.

O evento me chamou a atenção por diversos motivos. Primeiro, por causa do Twitch. Recordo que eram milhares de pessoas assistindo ao evento ao vivo, comentando e fazendo doações, essas que, no total, somavam no final do evento mais de US\$ 1 milhão. Em segundo lugar, muitos dos *games* apresentados eram da década de 1990, o que gerava uma simpatia, em conjunto com memórias afetivas. Era incrível ver jogadores habilidosos passando com maestria por desafios que eu tinha ultrapassado com muito esforço, em épocas passadas. E, por último, esses jogadores utilizavam de técnicas e táticas envolvendo *glitches*<sup>84</sup> para completar o jogo em tempo recorde. Esses *glitches* são falhas no sistema do jogo, onde algum erro altera o visual e/ou mecânicas de jogo. Esse último fato me aborreceu no início, pois, na minha concepção de *gamer*, a utilização de erros do sistema era como trapacear, ou seja, uma prática imoral. O jogo deveria ser encarado como planejado pelos seus criadores, mantendo a “pureza” da experiência.

Observar aquelas pessoas utilizando técnicas de *glitches* me deixou muito intrigado. Precisava descobrir porque um *gamer* praticaria um ato tão horrendo, afinal, na minha concepção, os fins não justificavam os meios. Dessa forma, além de acompanhar as transmissões do evento, também realizei leituras sobre a temática do *speedrunning*. Posso afirmar que este foi um processo de alteridade, onde pude entender as minhas percepções e de outros sobre o uso dos *glitches*. Trapacear em um jogo eletrônico torna o desafio mais fácil, geralmente ao utilizar *cheats*, códigos especiais que os desenvolvedores deixam disponíveis

---

<sup>82</sup> Disponível em: [www.kotaku.com](http://www.kotaku.com). Acesso em 7 nov. 2016.

<sup>83</sup> Disponível em: <https://gamesdonequick.com/>. Acesso em 7 nov. 2016.

<sup>84</sup> Para uma explicação maior sobre *glitches* é possível acessar <https://en.wikipedia.org/wiki/Glitch>. Acesso em 7 nov. 2016.

para o público. Já os *glitches* não são percebidos como trapaças, pois mesmo que seja um erro não intencional do sistema, ele está presente no código do jogo. Para os *speedrunners* acessar ou causar esse erro, também é uma ação de habilidade, necessitando de treino e de muitas horas de prática desvendando um possível *glitch*, afinal não é algo intencionalmente deixado pelos desenvolvedores. Nem mesmo os criadores do jogo sabem onde encontrá-los, diferente dos *cheat codes*. Os *glitches* são aceitos pela comunidade *speedrunner*, por estarem presentes no código e integrarem o desafio do jogo.

Portanto, na prática do *speedrunning*, os jogadores precisam de um profundo conhecimento do jogo, suas mecânicas, seu sistema e códigos. São muitas horas de treino para que um jogo possa ser finalizado em tempo recorde, o que demanda do *gamer* saber sobre *software*, *hardware*, sons, movimentos, narrativa e taxas de quadros por segundo. Muitas vezes essa prática encontra no Twitch um ambiente para validação e exposição de recordes conquistados. O ecossistema de mídias, por este cenário, se mantém em uma via de mão dupla com usuários que navegam nesse mundo de códigos computadorizados e *games*, enquanto uma plataforma transforma em recursos essa socialização. Escolhi iniciar a narrativa das relações deste trabalho com essa experiência de alteridade, pois parte dessas ideias iniciais serão constituintes das considerações finais. Na sequência, narro os acontecimentos do ano de 2015.

## 6.1 PRIMEIRO ATO – *PLATFORMS ARE STRANGE*

Foi em 2015 que o Twitch se tornou objeto de pesquisa, durante o primeiro semestre no curso de Mestrado em Processos e Manifestações Culturais. Durante o curso, me relacionei com a plataforma de duas formas distintas: como audiência, em busca de entretenimento, e pesquisador, tentando “desvendar seus segredos”. A primeira relação me oferece um entretenimento de fácil acesso e que me propõe a pouca ou nenhuma reflexão. É apenas um passatempo. Porém, realizando um esforço reflexivo baseado no repertório teórico-metodológico adquirido até o momento, posso oferecer as seguintes percepções: I) as estratégias do Twitch enquanto plataforma que projeta um formato social e controla o consumo correspondem aos usos que eu faço desta plataforma, pois acesso sempre os mesmos canais mais populares, que transmitem um jogo igualmente popular; II) entretanto, esse consumo faz sentido para mim, enquanto um jogador casual que não tem tempo ou paciência para se tornar

habilidoso no *game*, assim posso assistir os jogadores mais populares ensinarem e explorarem o jogo, sem me esforçar muito.

Apesar dessas reflexões, o que interessa mesmo é minha relação como pesquisador com o Twitch. Mesmo andando juntas, é preciso fazer uma distinção com a relação de entretenimento, pois a posição investigativa propõe reflexões, críticas e deslocamentos, enquanto o entretenimento é prazer e diversão. As duas posições convivem e uma alimenta a outra.

Tomando o foco investigativo, tive a oportunidade de apresentar nas aulas do Mestrado, em eventos e congressos algumas explorações iniciais sobre o objeto de pesquisa Twitch. Não há nada de excepcional neste fato, é claro. Porém, hoje percebo nessas apresentações o processo de alteridade. Lembro de iniciar minhas falas com dizeres semelhantes a: “vou apresentar sobre o Twitch, essa plataforma *maluca...*”. Esta última palavra às vezes mudava para “diferente” ou “doida” e semelhantes. Eu transformava o Twitch em um “exótico” sem me dar conta. Apesar da minha experiência como *gamer*, a familiaridade com a plataforma foi gradativa.

No segundo semestre de 2015, o esforço de pesquisa continuava com poucos avanços, ou assim eu achava. Tudo parecia difícil de ser concretizado e o sentimento de deslocamento em relação às práticas de *streaming* de *games* era grande. Esse sentimento ainda persiste, em menor grau, pois aos poucos a pesquisa foi tomando fôlego, a partir das aulas na Oficina de Estudos Etnográficos<sup>85</sup>. Foram inúmeros textos e exercícios que auxiliaram em descobertas de caminhos. Entretanto, a minha principal dificuldade persistia, que era a entrada em campo, afinal não conhecia pessoas ligadas ao *streaming* de *games* no Twitch. Até certo ponto, um dos objetivos táticos do trabalho procurava identificar comunidades de *streaming* de *games* do Twitch em Porto Alegre, Rio Grande do Sul. Porém, não era residente da cidade e, por ter passado boa parte da minha vida no interior do Rio Grande do Sul, tinha pouco contato com pessoas da capital do Estado. Continuei com o esforço de identificar essas comunidades através de duas táticas simples: perguntava para os poucos conhecidos de Porto Alegre se eles sabiam de algum *streamer* local e a outra tática realizava buscas no Google e no próprio Twitch. Esta última se mostrou ineficaz ao longo do tempo, pois a busca do Google não indexava muito bem o Twitch (provavelmente pela concorrência entre Twitch e YouTube Gaming). Além disso, a busca do Twitch oferecia resultados distorcidos e pouco intuitivos. Também é possível que os *streamers* não identifiquem onde residem. Logo, perguntar por indicações para conhecidos era mais produtivo.

---

<sup>85</sup> Oficina de Estudos Etnográficos, ministrada pelas professoras Ana Luiza Carvalho da Rocha e Margarete Fagundes Nunes, na Universidade Feevale

Antes de chegar em uma indicação que aceitou participar da pesquisa, tive a oportunidade de encontrar o canal da Isis pelo Google. Naquele momento, segundo semestre de 2015, os conhecidos apenas referenciavam *streamers* de outras plataformas, como Hitbox, por exemplo. Encontrei a Isis por acidente, ao pesquisar no Google os termos “*streamers*”, “porto alegre” e “league of legends” e esbarrar no perfil do Twitter dela. Usar o termo League of Legends<sup>86</sup> teve o objetivo de forçar a indexação do Google, afinal esse é um jogo muito popular, o que resulta em muitas pessoas realizando transmissões. Havia um *link* no perfil da Isis no Twitter que levava ao Twitch, assim como estava descrito na sua biografia que ela residia em Porto Alegre. Já no Twitch não havia informações sobre sua residência. Realizei observações diretas em uma transmissão salva da Isis, porém nas semanas seguintes ela não realizou nenhuma outra *stream*. Fiquei ansioso com esse fato, pois já estava traçando planos de entrar em contato com ela. Para acompanhar quando o canal dela iniciava a transmissão, utilizei a opção de seguir, disponível no Twitch. Então, sem receber notificações do canal dela, fui conferir novamente seu perfil no Twitter e obtive a resposta sobre o que estava acontecendo. Isis havia migrado para outra plataforma, chamada Azubu. Como o objeto de pesquisa era o Twitch e já estava comprometido com a pesquisa, considerava ser contra produtivo migrar para outro objeto. Porém, se houvesse uma migração em massa de *streamers* para o Azubu, seria até interessante acompanhar esse movimento. O boato que surgiu, ao ler em fóruns e comentários dispostos em matérias da mídia especializada em *games*, era de que o Azubu estava oferecendo recompensas financeiras para *streamers* que migrassem para lá<sup>87</sup>. De qualquer forma, não procurei confirmar esses boatos. Nessa mesma busca, relatada no início do parágrafo, também encontrei outras duas *streamers*, mas seus canais não realizaram transmissões para que pudessem ser acompanhados<sup>88</sup>.

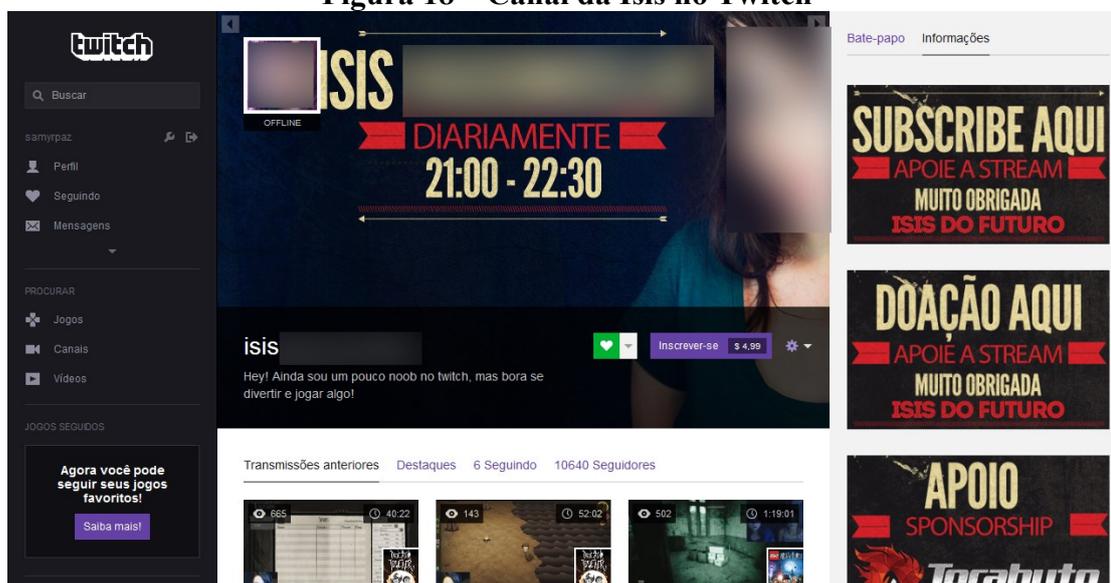
---

<sup>86</sup> *Game* multijogador online de batalhas em arenas, gênero muito popular na atualidade. Disponível em: <http://br.leagueoflegends.com>. Acesso em 07 jun. 2016.

<sup>87</sup> O boato surge nos comentários desta matéria: <http://kotaku.com/competitive-call-of-duty-star-says-leaving-twitch-is-hi-1737337557>. Acesso em 25 mai. 2016.

<sup>88</sup> Relato completo do diário de campo está disponível em: <https://diariosdetwitch.wordpress.com/2015/09/30/diario-1-tentando-mapear-o-campo-de-pesquisa/#more-11>.

Figura 18 – Canal da Isis no Twitch



Fonte: Twitch. Acesso em 30 set. 2015.

Antes de descobrir que ela tinha migrado de canal, realizei uma observação direta em uma transmissão salva, opção que não contava com as interações do *chat*<sup>89</sup> e mantém o conteúdo audiovisual. Nessa última transmissão, do dia 28 de setembro de 2015, Isis estava jogando com uma amiga, Mih, um *game* do gênero *survival*<sup>90</sup>. Disponho aqui trechos do diário de campo, conteúdo que não foi publicado no blog:

O que ficou evidente nessa transmissão do dia 28 de setembro da Isis foi que o jogo não é ponto central da interação. As habilidades da jogadora e da sua amiga Mih não chamavam a atenção. Os seus avanços no jogo foram quase nulos. Porém, durante os 40 minutos da transmissão, observou-se o volume de conversação sobre outras coisas: outros jogos, livros, filmes, animes... girava em torno do debate vários tipos de produtos culturais e universos ficcionais. Tanto Isis quanto Mih comentaram o quanto gostavam de ler livros, de Harry Potter e Game of Thrones a obras do Stephen King. Pelo que foi possível perceber na conversação, Isis respondia perguntas do *chat* o tempo todo, citando essas referências de produtos culturais. Aparentemente a audiência solicitava e oferecia recomendações do que jogar, ler ou assistir.

Isis se comportava como uma anfitriã de autoridade. Isso quer dizer que eu percebi que ela mantinha uma postura de mediar toda a ação, realizando isso com uma certa maestria. De alguma forma, me senti encantado por essa capacidade dela, por isso coloco aqui a categoria de autoridade. Não tem a ver com controle, mas sim com o respeito que ela gera pela sua empatia. Diferente da Mih, que durante a transmissão só se ouvia a voz e se enxergava a personagem dela no jogo, Isis mostrava o vídeo de sua *webcam*. Isso oferece uma maior proximidade por parte da audiência, ao poder ver o rosto da dona do canal. Pode ser que Mih estivesse transmitindo de outro canal,

<sup>89</sup> Atualmente o Twitch mantém salvas as conversações do bate-papo, com o recurso de *chat replay*, ou seja, é possível acessar o conteúdo audiovisual em conjunto com as interações passadas do *chat*.

<sup>90</sup> Gênero em que os jogadores devem cooperar para que se mantenham vivos, coletando recursos, construindo abrigos e desenvolvendo ferramentas de utilidade ou proteção contra o ambiente hostil do *game*.

mas não pude verificar isso com certeza. Mih inclusive tinha uma postura mais informal, como se não estivesse realmente em uma transmissão. O tipo de postura que se espera de alguém jovem jogando com amigos em casa. O que dava um tom divertido à transmissão e contrastava com a postura da Isis, também de um jeito agradável. (DIÁRIO DE CAMPO, 15 de outubro de 2015).

Excluída a possibilidade de contar com Isis como uma parceira de pesquisa, voltei minhas atenções para as disciplinas em curso no Mestrado em Processos e Manifestações Culturais. Foi nesse período que as principais problematizações sobre etnografia, dispostas no capítulo 4, foram desenvolvidas. Também foi neste período que o questionário online estava coletando respostas. Enquanto estava sendo realizada a distribuição do questionário, entre dezembro de 2015 e janeiro de 2016, tive a oportunidade de conversar brevemente com alguns *streamers* e combinei de entrar em contato novamente para agendar entrevistas. Apesar da boa recepção que obtive nessas conversas, semanas depois fui ignorado por todos. Claro que fiquei decepcionado com o fato, mas tentei não ser insistente. Encaminhava uma mensagem perguntando sobre a possibilidade de realizar uma entrevista e esperava a resposta, que infelizmente nunca vinha. Apenas uma moça de Rio Pardo, Rio Grande do Sul, respondeu meu primeiro contato e depois ignorou quando tentei marcar data e horário da entrevista. De qualquer forma, todos esses sujeitos estão ocupados vivendo suas vidas e estão em total direito de recusarem a participação na pesquisa. Como investigador há sim uma frustração por ser ignorado por uma variedade de pessoas. A frustração em si nem é por ser ignorado, mas por não ter acesso a toda a riqueza de histórias que eles poderiam fornecer<sup>91</sup>.

Foi somente no dia 27 de março de 2016 que uma amiga *gamer*, que reside em Porto Alegre, me indicou Pedro.

## 6.2 SEGUNDO ATO – RELAÇÕES

No dia seguinte ao primeiro contato que tive com Pedro, ele teve a disponibilidade de conversar comigo via Skype, no dia 28 de março de 2016. Como eu residia em Campo Bom, Rio Grande do Sul, seria mais fácil realizar uma entrevista digital. A entrevista seguiu um roteiro pouco estruturado e com atenção flutuante, ou seja, contingências eram bem-vindas durante a conversa. Foram quatro esferas contempladas na entrevista, e que seriam repetidas nas conversas futuras com os pesquisados: I) esfera pessoal do entrevistado; II) relação com os

---

<sup>91</sup> Relato original publicado no blog (inclui dados da primeira entrevista): <https://diariosdetwitch.wordpress.com/2016/03/29/primeira-entrevista/#more-34>.

*games*; III) a prática do *streaming*; IV) ação do Twitch na experiência de jogo e transmissão. A ideia geral era de que essas quatro esferas contemplassem a emergência do consumo (manipulação de jogos e da plataforma) como performance (comportamento do interlocutor e do Twitch).

Pedro foi muito receptivo e articulava sua fala com clareza e calma. A entrevista durou cerca de trinta minutos, após explicações sobre os objetivos e natureza da pesquisa, o motivo do áudio estar sendo gravado (para consulta posterior) e que ele poderia responder somente o que desejasse. Recordo também que minha internet enfrentava um período de instabilidade e algumas vezes a nossa conversa era interrompida por esse problema, o que resultava em perguntas e respostas repetidas. Entretanto, nós dois estabelecemos protocolos de compreensão mútua para não deixar esse problema afetar nossa conversa, então falávamos com a voz em um tom pouco mais alto que o normal e sem apressar as palavras.

Residente de Porto Alegre a vida toda, Pedro tem 30 anos e trabalha como Designer Gráfico *freelancer*. Sua rotina não é fixa, pois atua, às vezes, em casa e, às vezes, em agências de publicidade. Ele joga World of Warcraft (WoW)<sup>92</sup> “há três ou quatro anos” (PEDRO, 2016) e afirmou realizar transmissões havia cerca de cinco meses. Seu começo como *streamer* foi após ver outra jogadora, do seu grupo, realizar transmissões pelo Twitch. Antes de chegar nesse assunto, Pedro contou sua experiência com *games*:

Desde criança eu jogo *videogames*. Comecei com consoles, mas sempre tive uma preferência por PC e MAC. Acho que o mouse e teclado são mais precisos. Jogo desde que tive o primeiro computador. Eu era bem viciadinho em jogos. Eu tive uma experiência marcante com um jogo, que meu irmão trouxe pra casa. Ele chegou em casa e disse “trouxe um jogo aqui, mas acho que tu não vai gostar”. E era o Warcraft 1. E eu acabei me apaixonando pelo jogo. E ele era para PC. Eu já era adolescente nessa época. Era um jogo de estratégia. Depois eu joguei bastante o Warcraft 2 e também jogos de simulação como The Sims, Sim City. Mas jogava mesmo os Warcraft 1, 2 e também o 3. Depois teve uma época que eu parei assim, de jogar, em geral. E aí eu tinha um colega de trabalho que jogava bastante World of Warcraft. Eu via ele jogar no trabalho, no intervalo. Aí eu pensei “bá, vou voltar a jogar, gostei desse jogo e quero jogar”. Como eu já tinha uma história com o Warcraft, me apaixonei pelo jogo e hoje eu jogo bastante. Gosto muito de interagir com essa comunidade que joga World of Warcraft, de participar dela. E isso é uma coisa que o Twitch me permite fazer, que é algo que mais me interessa. (PEDRO, 28 de março de 2016).

O primeiro *game* da franquia Warcraft foi lançado em 1994 e, para ter a dimensão do sucesso desse universo ficcional, no ano de 2016, estreou o primeiro filme baseado nos jogos<sup>93</sup>. No caso de Pedro, o consumo desses produtos culturais é baseado em um relacionamento que

<sup>92</sup> MMORPG (*Massive Multiplayer Online Role-Playing Game*) baseado no universo fantástico de Azeroth. Disponível em: <http://us.battle.net/wow/pt/>. Acesso em 07 jun. de 2016.

<sup>93</sup> Para mais informações: [https://pt.wikipedia.org/wiki/Warcraft\\_\(filme\)](https://pt.wikipedia.org/wiki/Warcraft_(filme)). Acesso em 16 nov. 2016.

se estende no fluxo do tempo, viabilizando a pertença em uma comunidade dedicada ao jogo e o estabelecimento de um ordenamento estético (MILLER, 2009) a partir de seus gostos. Pedro se identifica no que é consumido, resultando em fatores de performance (MONTARDO, 2016) através do seu conhecimento do jogo, sua pertença em uma comunidade e o desenvolvimento de práticas conjugando esses dois pontos. A transmissão das suas sessões do jogo World of Warcraft são realizadas ao unir esses aspectos em uma performance que torna visível a sua ação (SCHECHNER, 2013) na comunidade e no jogo. Em respostas seguintes, Pedro ajuda a esclarecer esses relatos:

O World of Warcraft, o jogo que eu jogo e faço transmissões, pode ser dividido em níveis de dificuldade e que geram conteúdos diferentes para a *stream*. Você pode fazer um conteúdo mais simples, que são missões do mapa e masmorras. E aí tem as *raids*<sup>94</sup>, que são conteúdos mais avançados. E nesses conteúdos mais avançados também tem níveis de dificuldades diferentes. Na maior dificuldade você precisa de um grupo de 20 pessoas, experientes e que dedicam horas para isso. Esse seria o conteúdo mais “foda”. É o conteúdo de *raid* mítica. As vezes fazer uma *raid* em nível normal, dos níveis mais simples. Então você faz com mais tranquilidade e com menos compromisso com o jogo, o que te leva à poder dar mais atenção para as pessoas que estão ali te assistindo. (PEDRO, 28 de março de 2016).

E, depois, quando perguntado sobre o que ele achava que fazia as pessoas ficarem mais tempo em seu canal, respondeu:

Acho que é teu carisma e capacidade de interagir com as pessoas. Se você não interage, as pessoas ficam um pouquinho e saem. Tem um fluxo de gente que entra e vai indo para outro canal. Para mim é muito mais a personalidade do *streamer* do que o *gameplay* (forma de jogar) dele. Acho que é uma minoria que prefere o *gameplay*. Mas geralmente é pela interação, porque a pessoa gosta de ti, tem uma simpatia e quer a tua companhia. (PEDRO, 28 de março de 2016).

Por essas informações, o que Pedro consome no jogo define a sua performance na transmissão, assim como delimita a audiência que vai acompanhar o seu canal. Pedro compreende essa ação que desempenha, pois quando perguntado sobre quais seriam as motivações das pessoas em acompanharem as transmissões de jogos, sua resposta é um “depende”, pois existem diferentes perfis de usuários e que mudam conforme o *game*, e preferências pessoais. Em geral, ele considera que a ação do *streamer* é fundamental, como o mediador entre jogo, audiência e entretenimento. O *streamer* é alguém que vai fazer companhia e interagir com a audiência, compartilhar do jogo, gostos e histórias. Já a motivação do *streamer*, para Pedro, é a ampliação da experiência de jogo. Receber comentários, críticas e

---

<sup>94</sup> *Raids* tem tradução para assalto, ou fazer uma incursão. No contexto do World of Warcraft, significa encarar as partes finais e mais difíceis do jogo, através de combates com inimigos épicos.

dicas da audiência torna a sessão de jogo mais rica. “O *streaming*, para quem se interessa, é uma diversão”, afirma.

Em seguida, perguntei ao Pedro suas opiniões sobre o Twitch, visando um olhar mais técnico sobre a plataforma. Estava ansioso para saber qual seria a resposta dele em relação a aspectos mais técnicos, afinal Pedro é designer gráfico. Esse fato lhe confere um possível olhar mais crítico do que um profissional que não tenha estudado como projetar sistemas visuais. Pedro me respondeu que gosta do visual do Twitch, considera-o bonito e, na sua opinião, as opções de customização do canal são satisfatórias. Os problemas com a plataforma surgem no momento de realizar uma transmissão. Por necessitar de *softwares* de terceiros, são exigidas configurações avançadas e técnicas para que o *streaming* ocorra nas melhores condições. Alguns recortes das respostas do Pedro atestam esses problemas:

Para quem não tem conhecimento técnico que nem eu, que não entendo de *hardware*, tem que ficar testando, até ver o que funciona. Aí com o Twitch você só coloca o código do *software* e a plataforma transmite. Então a parte chata é o que vem antes do *streaming*.

Uma coisa que eu acredito que o Twitch não tenha como mexer muito nisso, mas fazer *stream* compromete muito tua internet. Então eu dei uma parada considerável nas *streams* quando eu estava fazendo conteúdo final do jogo. Porque minha função no jogo exige muita precisão, então a *stream* baixava muito minha taxa de *frames*. Então, eu acabava errando. Se eu conseguisse ter uma transmissão que não interferisse no jogo, eu ficaria muito feliz e transmitiria muito mais. Muitas vezes eu queria transmitir, mas só de pensar na queda de *fps* (*frames per second*) eu acabava desistindo. E no geral essa parte de configuração mais técnica poderia ser melhor. Acho que tem outras coisas que poderiam ser incorporadas no Twitch, como por exemplo notificações de quando alguém está seguindo meu canal. Eu preciso fazer um *link* com um outro programa que vai me notificar sobre o seguidor. Acho que o Twitch poderia desenvolver uma tela legal de notificação, ou doação ou *host* [quando alguém retransmite o conteúdo], programas de música. Então, eu preciso ficar com muitas janelas abertas para poder usar os recursos que eu quero. Então eu tenho que gerenciar um programa de música, mais de notificação, mais o programa de comunicação com as pessoas que estão jogando comigo e mais o jogo aberto, que é muito pesado, é muita janela. Se o Twitch tivesse como incluir esses serviços, que todo mundo usa, mas usa de outros, acho que facilitaria muito a vida de quem faz transmissão. Estaria tudo mais acessível, na mesma janela, tudo mais perto. Seria muito bom se isso fosse incorporado ao Twitch. (PEDRO, 28 de março de 2016).

As respostas do Pedro estão relacionadas com computadores, PC e MAC, das quais é possível jogar World of Warcraft e realizar transmissões no Twitch depois de instalar *softwares* de terceiros. O que chama atenção no caso do Pedro, e estendido para outros *broadcasters* de PC e MAC, é a ocorrência de uma série de outras ações que a audiência nem percebe, pois vão além do que está sendo transmitido ao vivo. Os *streamers* precisam gerenciar uma série de outras ferramentas, além do jogo e do Twitch, para apresentar algo que venha a entreter seu público e permita diferentes performances dos *viewers*, como pedir músicas, fazer doações e ter visibilidade ao seguir o canal. O Twitch oferece centralidade às transmissões ao vivo e, por

consequência, aos *streamers*, porém, não garante suporte que, pelo relato do Pedro, se faz importante para as demandas de performance da audiência. Em suma, o papel de mediador da transmissão do Twitch é limitado, enquanto o *streamer* precisa ser multitarefa e capaz de realizar configurações técnicas avançadas.

Considerei a conversa com o Pedro muito produtiva e me fez refletir sobre o nível de coordenação necessária para um *streamer* performar, que além de ter conhecimento no jogo, precisa gerenciar *softwares*, configurações, e ainda ser capaz de entreter a audiência. Não é tão simples realizar uma transmissão, quanto mais atingir grande visibilidade neste terreno. Os pontos da entrevista relatados são os que considerei mais importantes para esta pesquisa. Em seguida, relato alguns dados de observações participantes realizadas no canal do Pedro.

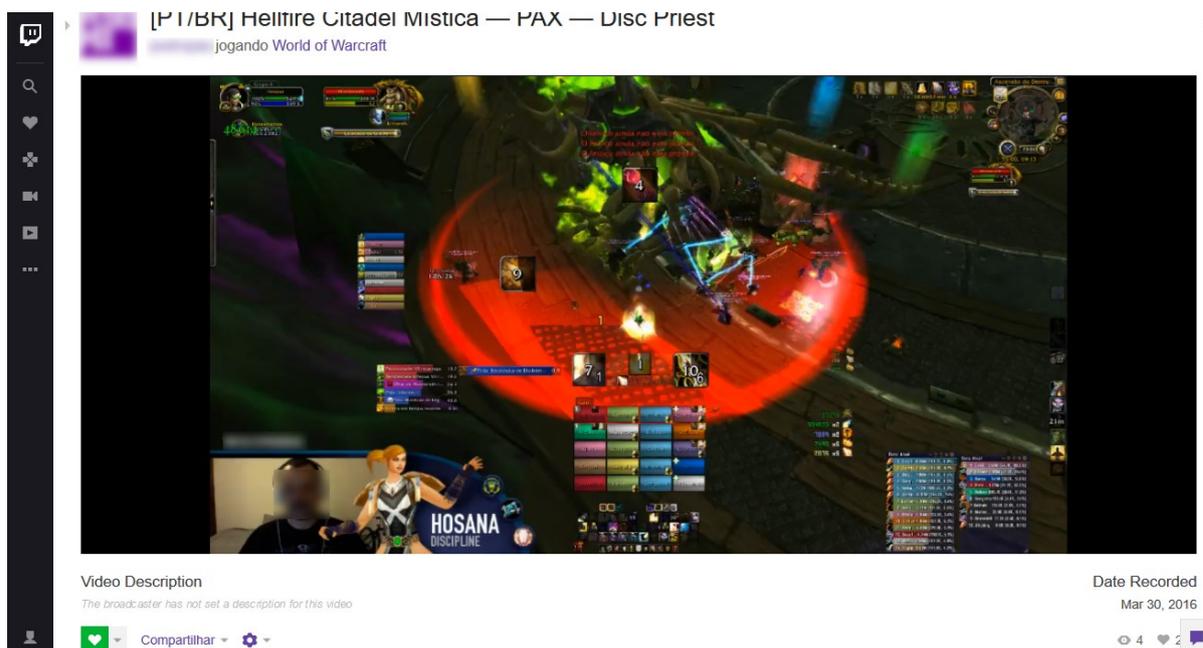
No dia 29 de março de 2016<sup>95</sup> acompanhei a transmissão em silêncio, ou seja, sem entrar em conversações no *chat* do canal. Pedro estava, como é seu hábito, transmitindo o *game* World of Warcraft. No entanto, estava muito difícil de acompanhar o *streaming*, pois a taxa de *framerate* do *game*<sup>96</sup> estava muito baixa, fazendo com que os movimentos dos personagens na tela transcorressem em câmera lenta. Esse é um dos problemas técnicos enfrentados pelo Pedro. Já no dia 30 de março de 2016, esse problema foi resolvido, com a ajuda de pessoas da audiência, que comentaram no *chat* modos de contornar a situação. A queda da taxa de quadros por segundo é um ator que altera a performance a partir do consumo, pois tanto *streamer* e audiência são afetados nas suas condições de ação. Para o Pedro, por exemplo, compromete sua jogabilidade e interação com os *viewers*, estes que perdem qualidade da transmissão e devem demonstrar para o *streamer* como manipular as ferramentas para corrigir o erro de configuração. No caminho, o Twitch é pouco intuitivo para oferecer uma solução para quem deseja mais participação na plataforma.

---

<sup>95</sup> Relato publicado no blog: <https://diariosdetwitch.wordpress.com/2016/04/04/primeira-semana-dias-de-raids/>.

<sup>96</sup> *Framerate*: taxas de quadro. O que acontecia na tela de jogo do Pedro era como se você tentasse assistir um vídeo com internet lenta, o que acarretaria em um vídeo pouco fluido.

**Figura 19 - Pedro transmitindo World of Warcraft**

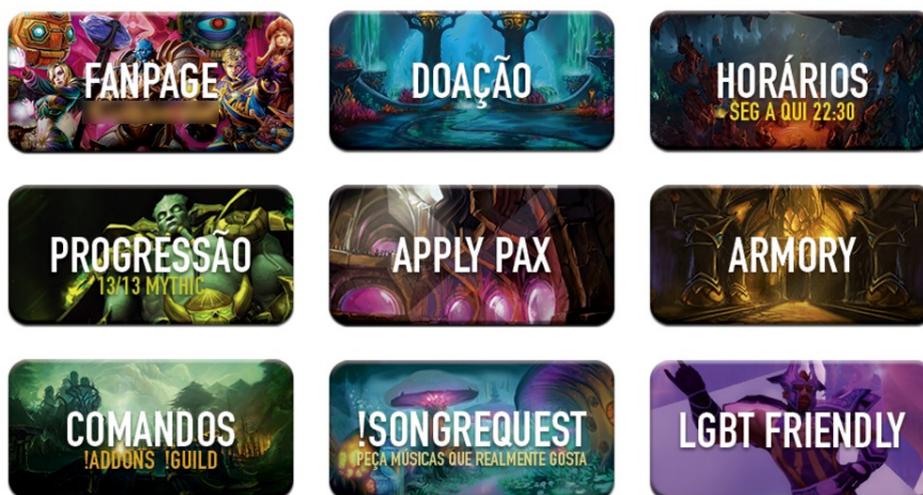


**Fonte: Twitch. Acesso em 4 abr. 2016.**

Apesar da minha familiaridade com o gênero de jogo do World of Warcraft, pouco entendia a ação que estava acontecendo na tela de transmissão, as mecânicas e habilidades dos personagens e assim por diante. Experimentei o jogo por determinado tempo, mas não fui seduzido ao ponto de continuar jogando. Depois de saudar Pedro e as demais pessoas presentes no canal, solicitei que ele me explicasse um pouco do que estava ocorrendo no jogo. Pedro respondeu que estavam sendo realizadas as já mencionadas *raids*, conteúdo final do jogo. O grupo dele encara esse desafio na dificuldade mais alta, chamada Mítica (as outras são Normal e Heróico), o que exige organização e trabalho em equipe.

Por fim, alguns apontamentos sobre o canal do Pedro: é possível perceber que é uma comunidade pequena e engajada. A audiência é pequena. Nos dias que acompanhei, não passaram de 20 pessoas assistindo a transmissão. Não são apenas amigos do Pedro que assistem, mas outros interessados em World of Warcraft também. Durante a transmissão, Pedro permite que o áudio do grupo de jogadores que estão fazendo a *raid* seja ouvido. O que é interessante, pois permite entender como eles se articulam para jogar. (DIÁRIO DE CAMPO, 4 de abril de 2016).

**Figura 20 - Banners do canal do Pedro**



**Fonte: Twitch. Acesso em 4 abr. 2016.**

Outro detalhe que me chamou a atenção é que o Pedro dispõe no seu canal uma imagem afirmando que a transmissão é *LGBT friendly*, ou seja, um espaço amigável à diversidade de gênero. Apesar do debate de gênero não ser um aspecto de investigação da pesquisa, essa questão levanta reflexões quanto a performance do canal/*streamer*. Se for levado em conta que parte do conceito de performance é mostrar-se fazendo algo (SCHECHNER, 2013), um canal que se identifica como *LGBT friendly* mostra que faz parte de um tipo específico de comunidade. (DIÁRIO DE CAMPO, 4 de abril de 2016).

As percepções oriundas dessas observações dos dias 29 e 30 de março de 2015, no canal do Twitch do Pedro, me fazem refletir sobre consumo e performance da seguinte maneira: uma transmissão no Twitch exige a manipulação de configurações técnicas avançadas para que a prática da socialização nesse ambiente ocorra. A plataforma não auxilia muito nos tipos de performance que os usuários gostariam de exercer, o que os leva novamente a manipular ferramentas técnicas para ultrapassar essas limitações. Entretanto, nem sempre é percebido pelos usuários que o Twitch traça esses limites, afinal o discurso e estética de socialização da plataforma colocam uma cortina que não transparece o que vai além do “palco principal”, ou seja, da interface gráfica de usuário, descrita em capítulo anterior. De qualquer forma, os usuários tentam superar esses problemas e se apropriam dos poucos espaços ofertados pelo Twitch, como demonstra Pedro, personalizando as experiências que desejam consumir e performar.

Depois desses primeiros contatos com o Pedro e o campo de pesquisa, afastei-me alguns meses por conta da redação do projeto de qualificação de Mestrado. Mantive uma relação de laço fraco com o Pedro através do Facebook, o que neste ponto cabe uma reflexão sobre outras

mídias de conectividade: elas foram essenciais para a condução da pesquisa. Não somente as utilizava para fazer contato com as pessoas pesquisadas, mas também para divulgar o questionário e manter relações. Não é um assunto para ser aprofundado, entretanto deve-se atentar para este aspecto do ecossistema das mídias de conectividade que os pesquisados e eu navegamos. Prosseguindo no relato, convidei Pedro para tomar um café no dia 31 de julho de 2016. Ele escolheu o local e horário: 16h no Agridoce Café, no bairro Cidade Baixa, em Porto Alegre.

Um pouco antes do horário combinado, estava aguardando Pedro na frente do estabelecimento. Como era um domingo e o café é popular, não havia mesas disponíveis. Após um breve atraso, Pedro chegou de Uber<sup>97</sup>. Esse ponto me chamou atenção, afinal é uma relação também permitida pela tecnologia que se estabelece nesse formato de transporte. Sei que não é exclusividade de *streamers* e que milhares de outras pessoas utilizam o Uber, entretanto tem uma relação de consumo que gera uma estética própria (MILLER, 2009) para a vida do Pedro, que talvez não seria tão coerente caso ele utilizasse outro meio de transporte.

Ainda ficamos cerca de trinta minutos conversando, antes de um atendente nos alocar em uma mesa. Nesse tempo, ele contou algumas histórias relacionadas à sua experiência de jogar World of Warcraft, como os amigos que fez no *game*, sua liderança na guilda<sup>98</sup>, a cumplicidade entre os membros dessa equipe, horários de jogo e a espera pela nova expansão do jogo, que viria a ser lançada no final de agosto de 2016.

Me chamou atenção nesses relatos da conversa, ainda do lado de fora do Agridoce Café, a importância que o World of Warcraft tem na vida do Pedro, afinal há muitos fatores que influenciam suas sociabilidades. Por exemplo, quando ele comentou que é o líder da guilda, demonstra o nível de comprometimento com o jogo, pois ser líder exige dedicação para organizar os membros da equipe. Ele relatou que a guilda conta com cerca de 100 jogadores ativos e que só são aceitos membros que respeitam a diversidade de gênero e a orientação sexual de outras pessoas. Dessa forma, todos os candidatos que desejem integrar a guilda precisam antes passar por um processo de seleção, que conta com um formulário a ser preenchido e depois avaliado pelos líderes da guilda. Outro ponto interessante da conversa foi quando Pedro contou que já recebeu em sua casa pessoas que conheceu no World of Warcraft, que residem longe geograficamente, mas são laços de amizade que aconteceram no digital e foram materializados no mundo físico. Nesse ponto, Pedro comentou sobre outra *streamer* do seu grupo de jogo, que se chama Natalia. Ela reside em São Paulo e além de realizar transmissões e jogar World of Warcraft, Natalia também é colaboradora de um portal de conteúdo sobre o jogo no Brasil, comandado por mulheres. Fiquei bastante interessado e perguntei se Pedro poderia intermediar um contato com ela, pois seria

---

<sup>97</sup> Plataforma que faz o intermédio entre motoristas e passageiros, em uma espécie de modelo de táxi. Entretanto, tem um forte papel a performance não humana nessa relação, pelas práticas automatizadas de pedir transporte via aplicativos para celulares. Mais informações: [https://pt.wikipedia.org/wiki/Uber\\_\(empresa\)](https://pt.wikipedia.org/wiki/Uber_(empresa)). Acesso em 8 nov. 2016.

<sup>98</sup> No *game* os jogadores podem formar organizações de centenas de pessoas, onde compartilham de objetivos em comum. Pedro é o líder de uma guilda famosa no servidor que joga.

de interesse da investigação entrevistá-la. (DIÁRIO DE CAMPO, 1º de agosto de 2016).

A conversa com o Pedro transcorreu em formato informal, na qual foi possível reforçar a noção de um consumo do jogo que viabiliza suas práticas sociais (MONTARDO, 2016). Após estarmos acomodados em uma mesa do café, fizemos um lanche e conversamos mais sobre nossas vidas pessoais. Posso dizer que o Pedro se tornou um parceiro de pesquisa, pois era possível notar seu interesse em me ajudar. A conversa fluiu sem estrutura de entrevista e apenas conduzi Pedro quando perguntei como ele percebia consumo e performance na experiência do *streaming* de *games*. Antes de responder, ele solicitou uma explicação sobre os conceitos, e disse a ele que respondesse suas percepções, independente de conceituação.

Pedro pareceu não se importar com essas condições, apesar de hesitar alguns segundos antes de responder. Segundo a sua visão, ele considera que os *streamers* contam com um papel fundamental no que é consumido no Twitch e que sem eles a plataforma sequer existiria ou atrairia espectadores. O consumo seria baseado e/ou centralizado na figura do *streamer*. A performance também está relacionada com essa centralidade do *streamer*, afirma Pedro. Dependendo do humor e disposição do *streamer* em fazer com que a transmissão seja agradável, divertida e interativa com a audiência, há uma influência direta na quantidade de pessoas que serão atraídas para o canal. Conforme maior o número de pontos de contato com o *streamer*, maior será o número de *viewers*, o que traça uma relação direta entre as capacidades do *streamer* de “fazer acontecer” seu canal.

Seguindo a mesma linha de raciocínio, Pedro abordou algumas questões que interferem na performance do *streamer* que são da ordem dos atores não humanos. Mais precisamente, Pedro responsabiliza o Twitch por não oferecer ferramentas e recursos que, segundo ele, todos os *streamers* utilizam, como: alertas de seguidores, doações, gerenciador de pedidos de músicas e gerenciadores automatizados de recursos do chat. “Twitch é muito capenga”, foi a frase que ele utilizou para se referir a esta falta de recursos. Para dar conta disso, o *streamer* precisa utilizar recursos de terceiros, o que dificulta e impede transmissões de melhor qualidade ou mais fluídas, em relação a performance do *streamer* e do uso de banda de conexão da internet. (DIÁRIO DE CAMPO, 1º de agosto de 2016).

Apesar das considerações do Pedro abordarem sentidos direcionados à performance enquanto desempenho e atuação, e do consumo mercadológico, essas percepções são importantes e revelam dificuldades e prazeres de um usuário experiente do Twitch. Se por um lado a plataforma dificulta certas ações, como não ofertar certos recursos essenciais para uma experiência de acordo com seus padrões, por outro lado Pedro se interessa por ser o centro das atenções da transmissão, conforme o projeto do Twitch, além de estar ciente que essa centralidade precisa estar acompanhada de uma performance que faça a audiência permanecer no seu canal.

Encerrado o café, dei uma carona de carro para Pedro até sua casa e no trajeto apenas falamos um pouco mais sobre nossas vidas pessoais e sobre a cidade de Porto Alegre. Mais tarde naquele dia, Pedro me enviou uma mensagem via Facebook com o perfil da Natalia,

avisando que já tinha intermediado o contato. Para minha alegria, Natalia havia aceito participar da pesquisa. Realizei uma solicitação de amizade no perfil dela e aguardei. E por mais de um mês aguardei, enquanto desenvolvia outras partes do trabalho, quando no dia 22 de setembro de 2016 enviei nova mensagem para o Pedro. O problema de tentar contato no Facebook com alguém que não aceitou a solicitação de amizade é que mensagem cai em uma caixa de entrada diferente e não notifica a pessoa que recebeu. Por isso, solicitei ao Pedro que avisasse a Natalia que uma mensagem minha estava a caminho, já que percebi que ela não tinha a intenção de aceitar a solicitação de amizade. Assim, no dia seguinte, consegui conversar com a Natalia pela primeira vez. Agendamos a entrevista, em um primeiro momento para o dia 27 de setembro de 2016, que acabou sendo transferida para o dia seguinte em função de compromissos da interlocutora.

Antes de narrar a entrevista da Natalia, preciso realizar um breve adendo. Infelizmente, toda a conversa com ela não foi gravada, pelo conjunto de incompetência minha e problemas com a tecnologia. No final de julho, o notebook que havia adquirido há menos de um ano estragou e retornei para um equipamento mais antigo que tinha guardado. Quando instalei o Skype e o programa de gravação que já tinha utilizado com Pedro, imaginei que não havia necessidade de realizar testes, pois no outro notebook tudo havia funcionado sem problemas. Que engano! Todo o áudio da entrevista com a Natalia foi perdido, o que resultou em uma perda de detalhes na narração. Após o fim da nossa chamada via Skype verifiquei o problema, ao notar que o áudio era um conjunto de ruídos e barulhos eletrônicos. No mesmo momento, tentei descrever tudo que minha memória tinha guardado da conversa e será isso que relatarei em seguida.

Quando a chamada pelo Skype iniciou, notei que Natalia falava de um pequeno cômodo, provavelmente seu quarto, e observei no fundo do vídeo alguém deitado em uma cama. A minha percepção era que Natalia havia acordado há pouco, mesmo que já fosse metade da tarde. Também imagino que ela não esperava que eu solicitasse conversa por vídeo, pois, caso contrário, a pessoa deitada na cama teria se retirado do ambiente, o que aconteceu em instantes após o início da entrevista. Natalia contrasta com Pedro em vários pontos, pois é mais séria e economiza palavras. Entretanto, de forma alguma é antipática ou menos articulada do que Pedro. Todos os entrevistados neste trabalho são muito bons de conversa, cada um com suas características, o que está relacionado com suas habilidades de *streamers*. Natalia, apesar de mais direta, não era diferente.

No seu estilo, Natalia contou que tem 26 anos, reside em São Paulo, capital, e divide um apartamento com seu namorado e mais um amigo. Ela afirma que atua como *community*

*manager*<sup>99</sup> e que estudou Design Digital. Como Pedro já havia relatado, Natalia também é voluntária em um portal de conteúdo sobre World of Warcraft no Brasil, onde são mulheres que conduzem o site<sup>100</sup>.

Natalia, assim como Pedro, mantém uma relação de longa data com os *games*. Na sua infância, teve contato com o console Nintendo 64, que foi um presente, e na casa do seu pai, tinha acesso a um Playstation One. Mais tarde, quando o dólar estava muito alto no Brasil, não teve acesso a algumas gerações de *videogames*, sendo que jogar no computador se tornou mais econômico. Foi então que, em 2011, sua relação com World of Warcraft iniciou, ao ver um ex-namorado jogar. Ela aproveitava para jogar na conta do seu ex-namorado nos servidores oficiais e, por causa do valor a ser pago de mensalidade para acessar o WoW, preferia manter contas próprias em servidores alternativos. Nota-se que, mesmo com o modelo de assinatura por mensalidade do WoW sendo um empecilho para Natalia, isso não impedia que ela consumisse o jogo de outras formas. Entretanto, com a chegada do jogo no país, no final de 2011, os valores de assinatura se tornaram mais acessíveis, além do *game* ofertar maior suporte para os jogadores brasileiros. Nas palavras da Natalia, desse momento em diante, ela migrou para o modelo de assinaturas e nunca mais parou de jogar. O seu envolvimento foi tamanho que, em 2012, iniciou seu trabalho voluntário no portal de conteúdo do jogo e que sua relação com a comunidade e o jogo apenas cresceram daí em diante.

Pedro e Natalia são engajados com uma comunidade em níveis distintos: enquanto um é líder de uma guilda no jogo, a outra é produtora de conteúdos que afetam diversos tipos de jogadores. De qualquer forma, consumir World of Warcraft é imprescindível para o estabelecimento de suas vidas sociais, e refletem em performances, ao mesmo tempo, semelhantes e distintas. Os dois agem para estimular uma comunidade e, para ensinar ou persuadir, entretanto, são estéticas diferentes: Pedro se relaciona como um líder de um grupo e Natalia, como uma autoridade nos assuntos do jogo. A função de entreter está presente nos dois casos, apesar de considerar que Pedro se esforça mais para ser divertido nas suas transmissões. A estética, referida aqui, se baseia na proposta de Miller (2009), que descreve as relações de consumo dos sujeitos como geradores de estéticas próprias de suas vidas, o que é o caso de Pedro e Natalia, onde aparecem uma estética de liderança e outra de autoridade, respectivamente. A partir disso, do consumo como fator de performance (MONTARDO, 2016), surgem as funções de Schechner (2013), como formas de analisar a ação. Conforme descrito,

---

<sup>99</sup> Alguém que mantém a organização e fomenta comunidades digitais em torno de uma marca ou *game*. Disponível em: [https://pt.wikipedia.org/wiki/Online\\_community\\_manager](https://pt.wikipedia.org/wiki/Online_community_manager). Acesso em 17 nov. 2016.

<sup>100</sup> Não irei dizer qual é o portal de conteúdo, para evitar expor desnecessariamente as pessoas pesquisadas.

Natalia está mais ligada a função de estimular uma comunidade, além de ensinar e entreter, enquanto Pedro mantém uma relação ensinar e persuadir, depois entreter e estimular uma comunidade. Há ordens hierárquicas diferentes para as estéticas destes dois *streamers*.

O início de Natalia com o *streaming* de *games* começou no YouTube Live, e, mais tarde, ocorreu a migração para o Twitch. A sua principal motivação em realizar transmissões está na possibilidade de se aproximar do público leitor do site em que é voluntária escrevendo sobre WoW, pois, assim, o público consegue tirar dúvidas que não são saciadas pelo conteúdo do portal. Segundo Natalia, há uma organização pré-estabelecida dos guias e informações que são confeccionados para o site e nem sempre é possível atender a todos os pedidos dos leitores. O *streaming* auxilia no preenchimento dessa lacuna de conteúdos, permitindo que o público se mantenha fiel ao portal.

Porém, nem só de trabalho voluntário vive a experiência da Natalia com o Twitch. A plataforma afeta seu jogo gerando mais diversão, conversas e interações com outras pessoas. Ela afirma que sua forma de jogar até fica mais lenta durante as transmissões, pois, a todo momento, precisa parar para responder a comentários e dúvidas. Quando não está transmitindo, seu personagem evolui mais rápido no jogo. Ela também não transmite *raids*, pois precisa estar focada no jogo, afinal, erros podem deixar seus companheiros em apuros. Já as partes mais fáceis do jogo se tornam mais divertidas durante uma transmissão, pois erros se transformam em piadas.

Em seguida, Natalia adereçou os problemas técnicos que Pedro já havia pontuado, como a falta de intuitividade dos programas de terceiros, que apesar de serem externos ao Twitch, comprometem a experiência de *streaming*. Além disso, a fluidez da transmissão, que depende da conexão de internet do *streamer*, dos *viewers* e dos servidores do Twitch, também é considerada um problema da plataforma, pois quando o vídeo “tranca” a diversão do momento é interrompida. Soluções de como o Twitch poderia lidar com isso não foram identificadas, mas ela considera que há maneiras técnicas para tornar a experiência fluida e prazerosa. Nesse compasso, Natalia imagina que, se o Twitch deixasse de existir, ela não sentiria falta da plataforma e iria migrar para outro ambiente. No entanto, na atualidade, ela julga o Twitch fundamental para sua proposta de construir e manter relações de comunidade.

Quando questionada sobre como ela percebe as relações de consumo e performance no Twitch, nos mesmos moldes da questão dirigida ao Pedro, Natalia afirma que o desempenho da plataforma ainda precisa melhorar muito. Ou seja, uma percepção de performance enquanto quão bem o Twitch age dentro do que se propõe a fazer. Contudo, mesmo com esse desempenho abaixo das expectativas, a entrevistada avalia que o domínio do mercado do *streaming* de *games*

é do Twitch. Sobre consumo, Natalia gostaria que a plataforma apoiasse mais os pequenos *streamers*, relacionando a manipulação do Twitch pelos usuários com as estratégias ativas do serviço. Sendo assim, a *streamer* percebe que a estratégia do Twitch é unidirecional e centralizada nos canais que geram mais audiência, resultando em mais recursos de conectividade, conforme já descrito anteriormente.

Consumir o jogo se torna fundamental para as práticas da Natalia, enquanto autoridade no assunto e que performa no Twitch seu posicionamento perante a comunidade. Essa posição faz dela detentora de um conhecimento que auxilia outros jogadores a consumirem World of Warcraft. Sendo assim, Natalia aponta o *chat* como a mais importante ferramenta do Twitch. Por essa interface de bate-papo a audiência pode performar a pertença na comunidade do jogo e do portal de conteúdo, e assim a *streamer* pode ter um termômetro dos assuntos que mais interessam para seus leitores. Sem essa possibilidade de interação, a própria performance da Natalia de fomentar a comunidade seria comprometida.

Ao encerrar a entrevista, pedi autorização à Natalia para realizar observações no seu canal de *streaming* no Twitch, o que foi prontamente atendido. Agradei sua participação e nos despedimos. Em relação ao canal onde ela realiza as transmissões, há uma importante observação a ser feita: o ambiente é compartilhado com mais de uma *streamer*. O canal não é apenas da Natalia, mas sim, do portal de conteúdo do World of Warcraft, que por sua vez está associado à comunidade de jogos da Blizzard, produtora do WoW e de outros jogos como Diablo, Hearthstone, Overwatch, Starcraft e Heroes of the Storm. Apesar do canal se concentrar no WoW e em mulheres *streamers* deste jogo, outras franquias da Blizzard também aparecem em algumas transmissões. Por exemplo, todas as sextas-feiras à noite, o canal é comandado por Débora, uma *streamer* de Diablo 3. Esta foi a última interlocutora deste trabalho, contato intermediado pela Natalia, porém, antes de narrar essa entrevista, irei relatar algumas observações realizadas no canal, enquanto Natalia comandava a exibição. Tive a oportunidade de assistir duas de suas sessões de jogo, nos dias 3 e 31 de outubro de 2016.

Natalia é integrante da mesma guilda que Pedro é líder e foi pelo jogo que eles se conheceram. Nos dois dias de transmissões, Natalia estava jogando com outros membros do grupo, incluindo Pedro. No dia 3 de outubro a transmissão estava pouco fluida no início, mas depois houve uma estabilização da conexão e pude acompanhar o desenrolar da ação sem maiores problemas. A média de audiência girava em torno de 50 pessoas e pude notar alguns elogios à guilda da Natalia e do Pedro no *chat*.

Pela primeira e única vez assistindo *streaming* de *games*, após quase dois anos como usuário do Twitch, tive a sensação de como se estivesse entre amigos, vendo eles

jogar, o que me remeteu a uma nostalgia do final dos anos 90 e início dos anos 2000, quando ia até a residência do meu primo para jogar ou quando via meu irmão em casa controlando o Mario, no Super Nintendo. Acho que pode ter sido pela minha aproximação com Natalia e Pedro, porém as interações do *chat* também auxiliavam nessa sensação. A partir dessa situação, lembrei de uma tirinha publicada pelo site Dorkly<sup>101</sup>, onde é criticado o atual estado de “diversão social” dos *games*, pois, um dia as pessoas se reuniam na casa dos amigos para jogar e agora a experiência de “diversão social” se baseava na solidão do indivíduo assistindo *streamings* de *games* no quarto de sua casa. (DIÁRIO DE CAMPO, 3 de outubro de 2016).

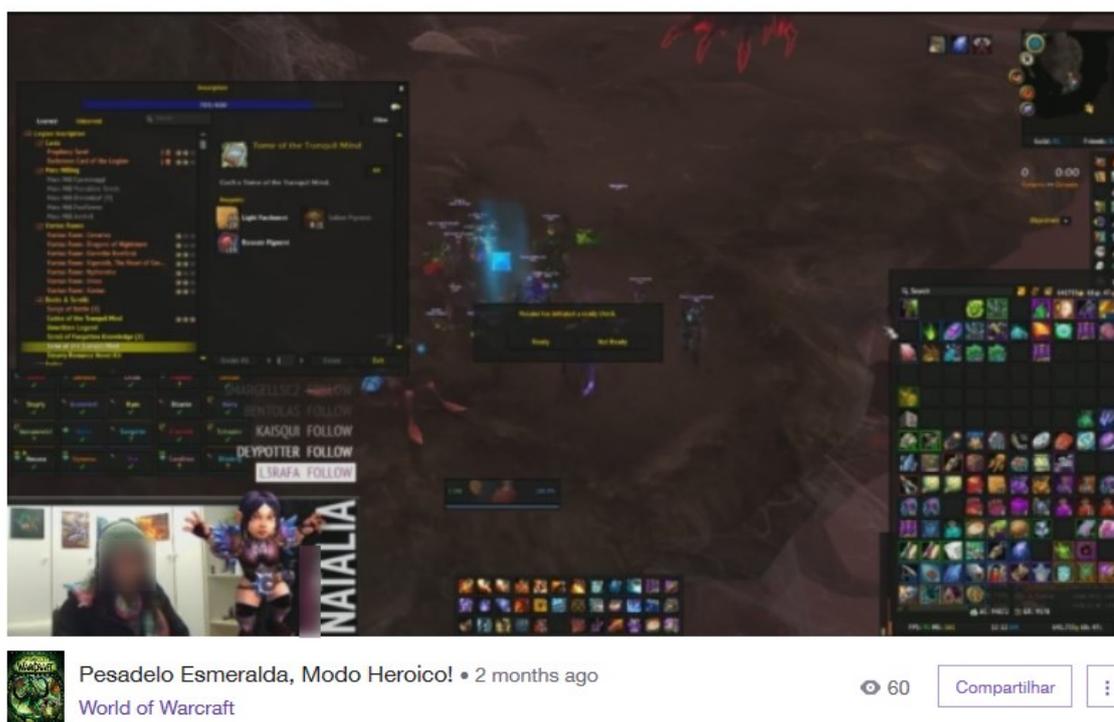
Julgo válida essa crítica da tirinha do Dorkly, apesar de considerar que uma experiência não inviabiliza a outra. De certa forma, a crítica está ligada a uma geração de adultos que recorda com nostalgia o passado, moralizando o ato de consumir *streaming* de *games*. Ainda é possível visitar amigos e se divertir juntos jogando *games*. O *streaming* de *games* se torna uma outra possibilidade de consumir jogos eletrônicos e socializar, somando com as outras formas existentes.

No restante da transmissão, destaco a postura da Natalia, dessa vez, menos séria do que na entrevista, porém com uma forma de conduzir o entretenimento que demonstrava seu conhecimento do jogo. Outro destaque era a já mencionada articulação do grupo de jogadores, que, apesar de não estarem realizando *raids*, encaravam uma masmorra de alto nível de dificuldade. Infelizmente, eu pouco entendia do jogo, mas as conversações no *chat* iam aos poucos me integrando no World of Warcraft.

---

<sup>101</sup> Tirinha disponível em: <http://www.dorkly.com/post/60844/the-ages-of-multiplayer>. Acesso em 19 nov. 2016.

**Figura 21 - Transmissão da Natalia**



**Arquivo da transmissão do canal da Natalia. Na tela de jogo, ela e seus companheiros tentavam derrotar um inimigo bastante complicado. Fonte: Twitch. Acesso em 19 nov. 2016.**

Durante o período que acompanhei as transmissões da Natalia, a comunidade do World of Warcraft encontrava-se bastante ativa, pois, no final de agosto, havia sido lançada uma expansão do jogo. Intitulada Legion, a expansão trazia muitas novidades ao *game*, como histórias, personagens jogáveis, missões e áreas para explorar. A produtora Blizzard tenta manter o jogo atualizado, com novos conteúdos, afinal precisa manter seus usuários engajados e pagando a mensalidade. Sendo assim, no dia 30 de outubro, Natalia estava jogando um conteúdo recém adicionado pela Blizzard. Tratava-se de uma atualização de um ambiente antigo do jogo, que recebeu um novo tratamento pela desenvolvedora, adicionando novos desafios e narrativas. O grupo de jogadores participantes, dessa vez, era menor. Pedro e mais quatro ou cinco jogadores ajudavam Natalia a avançar na masmorra de Karazhan. Pelo lado da audiência, a média do público era de 50 pessoas. Apesar do clima descontraído da transmissão, o desafio da masmorra parecia ser de alto nível. Percebi que as pessoas mais ativas no *chat* mantinham uma presença frequente nas transmissões do canal, baseado em minhas observações passadas. Também me chamou a atenção quando a Natalia falou para alguém do seu grupo

verificar no Reddit<sup>102</sup> como ultrapassar determinado desafio da *masmorra*, o que sugere uma performance de comunidade que abrange um amplo ecossistema digital de conectividade. A autoridade da Natalia no assunto do jogo também vem da força da comunidade, em uma espécie de inteligência coletiva.

Outro ponto do dia 30 de outubro que vale comentar, foram as conversações sobre as eleições municipais brasileiras, já que, neste dia, algumas cidades do país estavam realizando o segundo turno dos seus pleitos eleitorais. Apesar da ação do jogo ser incessante, de tempos em tempos, os jogadores do grupo da Natalia comentavam sobre o resultado das votações.

Em resumo, o consumo do Twitch pela Natalia e sua audiência é fator de performance de comunidade, com o objetivo de gerar conhecimento sobre *World of Warcraft*. A *streamer* se propõe a ser uma espécie de *expert* no jogo, conduzindo as relações de consumo da comunidade com os conteúdos do *game*. Por sua vez, a audiência da Natalia aceita essas condições e performa no sentido de manter essas relações de consumo e de comunidade. O Twitch, como se percebe, atua como um mediador dessas relações ao centralizar a atenção da comunidade na figura da Natalia e permitindo a performance de comunidade da audiência através do *chat*. Essas constatações reforçam as características da plataforma de projetar um formato específico de socialização.

Após a entrevista com Natalia, ela intermediou meu contato com Débora, *streamer* do mesmo canal. Débora transmite todas as sextas-feiras à noite suas sessões do jogo *Diablo 3*. Meu objetivo com essa interlocutora era de observar possíveis diferenças baseadas no jogo, uma vez que Pedro e Natalia são *streamers* de *WoW*. Débora aceitou minha solicitação de amizade no Facebook em pouco tempo e agendar a entrevista foi um processo rápido. Assim, no dia 11 de outubro de 2016 estava conversando com Débora, novamente por Skype. Desta vez não tive nenhum problema em gravar o áudio, o que possibilitou a transcrição da conversa.

Débora tem 31 anos, residente de Timbó, Santa Catarina. É casada e mãe em tempo integral. Também atua como voluntária no portal de conteúdo, produzindo materiais sobre *Diablo 3*. Considera que seu trabalho atual é realizar as transmissões e criar as postagens do site. Com dois filhos pequenos para cuidar, Débora não conseguiu concluir os estudos na graduação de Sistemas de Informação. “Mas agora, como meu marido está fazendo faculdade,

---

<sup>102</sup> Espécie de site de redes sociais baseado no sistema de fóruns, que permite aos seus usuários discutirem sobre os mais diversos assuntos. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Reddit>. Acesso em 21 nov. 2016.

tento equilibrar um pouco as coisas. Primeiro, ele precisa terminar para, depois, eu fazer alguma coisa,” afirmou Débora. Em seguida, ela relatou sua relação com *games*:

Foi uma coisa bem precoce. Lá no fim dos anos 80 minhas primas tinham um Atari. E ali começou a doença [risos]. O bichinho do *videogame* me mordeu e foi. Depois quando eu tinha uns 7 anos, em 92-93, um outro primo ganhou um Mega Drive e depois a gente só foi fazendo *upgrades*. Um ano depois, eu ganhei um Super Nintendo e aí a coisa estourou. O vício veio e ficou. Não muito tempo depois, quando eu tinha uns 10 anos, o meu pai comprou o primeiro computador. Eu gosto de computador e console, *videogames* em geral. Hoje, eu me dedico mais ao PC, apesar de ter *videogame* em casa também. Mas é um relacionamento longo, comecei a jogar bem cedo mesmo. (DÉBORA, 11 de outubro de 2016).

Já a sua relação com a franquia de *games* Diablo dura mais de 10 anos. O primeiro jogo da série foi lançado em 1996, porém Débora começou a jogar no segundo lançamento, do ano de 2000.

Mas minha história com Diablo começou em 2003. Trabalhava em uma farmácia na época e tirei uma semana de férias. Me enfiei dentro do quarto para jogar e só saí de lá no dia que precisava voltar a trabalhar. Então é um vício mesmo, um caso de amor bem...é um *crush* mesmo. Ainda jogo o Diablo 2 até hoje. O Diablo 3 eu só comecei a jogar ano passado (2015). Apesar de ter sido lançado em 2012, nesse meio tempo tive filhos. Meu primeiro filho nasceu em 2009 e há dois anos nasceu minha segunda filha. (DÉBORA, 11 de outubro de 2016).

Do gênero de RPG, Diablo guarda semelhanças ao World of Warcraft, pois o jogador pode escolher um personagem e viver histórias fantásticas, porém o *game* foca em um ritmo mais acelerado de ação. Além disso, Diablo não permite jogar com grandes grupos de pessoas e nem contém um mundo “aberto”, características de MMORPG do WoW. Lembrando que as duas franquias são desenvolvidas pela Blizzard.

Realizar transmissões no Twitch, para Débora, foi consequência das suas relações com o portal de conteúdo e do consumo do Diablo. Há mais de dez anos ela mantém amizade com as duas mulheres que administravam o site e, quando uma delas saiu do portal para trabalhar justamente na Blizzard, houve uma mudança de gerenciamento que envolvia a produção de conteúdos de outros jogos além do WoW. Assim, Débora foi convidada para ser uma colaboradora envolvida com a franquia Diablo. Em seguida, ela começou a acompanhar *streamings* da Natalia e a entender o funcionamento da prática.

Em dezembro ou novembro do ano passado (2015) comecei a fazer as minhas transmissões. E eu peguei gosto e não parei mais. E, desde janeiro, a gente começou a fazer *streamings* de Diablo, toda sexta-feira...e o pessoal tem pedido mais. (DÉBORA, 11 de outubro de 2016).

Por deixar claro o quanto é apaixonada pelo *game* Diablo e manter uma relação de fã com a franquia, Débora aciona uma performance que marca e define essa sua identidade perante

a comunidade. Entreter parece ser a sua segunda função de performance mais importante, que também se entrelaça com os estímulos comunitários (SCHECHNER, 2013). O Twitch é uma consequência das relações com o portal de conteúdo e desse seu posicionamento de fã, o que a motiva a realizar as transmissões para manter um contato com outras pessoas que gostam dos jogos da Blizzard. “Tem dias que faço para 10-12 e tem dias que transmito para 60. Mas aquelas 10-12 estão sempre lá e a gente cria um vínculo com eles. Essa é a principal motivação, além de jogar e gerar conteúdo, de estar ali com esse pessoal,” aponta Débora, que acredita que o Twitch interfere na sua experiência de jogo ao colocá-la em contato direto com as pessoas da comunidade de jogos da Blizzard.

Segundo Débora, seu público é leitor do portal de conteúdo e consome outras transmissões que estejam ligadas à comunidade brasileira de jogos da Blizzard. Há uma espécie de acordo informal de apoio mútuo entre público e *streamers*, pois a comunidade circula entre as transmissões de todos os jogos dessa desenvolvedora. O vínculo criado, que é baseado no jogo, ultrapassa os temas envolvendo os universos ficcionais e encontra força nas relações pessoais. “Então a gente forma grupos e acaba jogando junto com esse pessoal, vira amigos mesmo. Essa é a parte mais legal e mantém esse pessoal ativo nos canais, tanto comigo quanto com as outras meninas,” finaliza Débora.

Onde Pedro e Natalia percebem problemas, Débora não relata dificuldades na configuração do *software* de terceiros, que codifica os dados de transmissão para o Twitch. “Depois que eu peguei o esquema do cliente para transmitir, a parte de configurar cliente com o Twitch é fácil. Abre lá e joga o código. Quero botar mais uma saída, o endereço do canal e põe a senha,” conclui. Essa sua constatação, em conjunto com a resposta seguinte sobre a parte técnica da plataforma, demonstra seu conhecimento e familiaridade com tecnologias. Débora relata as condições que fazem da *stream* ser fluida ou não, sabendo que isso depende em parte da estrutura da internet brasileira, como provedores de acesso e distribuidores de banda. Percebe-se que seu conhecimento é resultado de seus gostos, mas também dos seus estudos em Sistemas de Informação e da sua relação com seu marido, que trabalha na área da tecnologia. A fala seguinte reflete o que foi disposto neste parágrafo:

A plataforma é legal, funciona bem. Às vezes tem problema com servidores, porque precisa escolher qual está melhor. Com *ping* muito alto ou conexão ruim. Tenho 4MB de *upload* e, mesmo assim, o servidor que está com a menor latência ainda não é suficiente para transmitir em HD. Mesmo que transmitir em HD fica ruim porque perde qualidade igual. E aí associa com a questão, de que meu marido estava me falando, que provedores de internet por fibra tiveram rompimento de *backbone*...aí estão usando rotas de *backup*. Por isso está pipocando tanto nossa chamada. A nossa

região do Paraná para baixo está bem comprometida. Então, tem isso, dias que as operadoras estão com problemas e não conseguem ajudar. O fornecedor do *link* tá mal. Então tem dias que a internet está indo muito bem, não pipoca e não perde tempo. Daí tem dias que bate um desespero, não vai, ou perde muita qualidade ou até desiste de fazer *stream*. Comigo nunca aconteceu, mas já vi outras pessoas desistindo. Assim, em geral, é uma plataforma leve e visualmente limpa para quem assiste e navega. Tem acesso para celular, o que acho muito interessante, porque dá para ficar na cama assistindo, acompanhando o *chat*. Poderia ser melhor os servidores, atualmente, o de São Paulo funciona melhor, ou menos pior. É o que utilizo sempre. Mas é um tiro no escuro. Tem dias que vai e outros não vai. (DÉBORA, 11 de outubro de 2016).

O Twitch satisfaz as necessidades de *streamers* e audiência, na opinião da Débora, e a experiência sofre interferências em nível estrutural, o que pode ser um problema maior no Brasil, do que em outros países. Observa-se na fala da Débora um nível de contingência que estaria fora do controle da plataforma. Em se tratando do que o Twitch pode controlar, Débora julga que um maior apoio na hora de divulgar as transmissões seria de responsabilidade da plataforma, uma vez que são os *streamers* que geram tráfego para a plataforma. Nessa sentença, ela revela seu papel como protagonista do projeto social da plataforma, entretanto, Débora não sabe apontar soluções para sua requisição. Se a plataforma lucra com propagandas que são disponibilizadas no seu canal, nada mais justo do que repartir os rendimentos e melhorar a divulgação dos canais, considera Débora.

Como eu me dedico exclusivamente a isso, seria bom alguma monetização, ou de patrocínio ou doações dos *viewers*. Mas é algo que acho interessante, pois a gente produz conteúdo relevante e não é remunerado por isso. Então acho justo para todas as partes. (DÉBORA, 11 de outubro de 2016).

Débora preferiu não responder à questão sobre os conceitos de consumo e performance em relação ao Twitch, mesmo após eu insistir que sua resposta, seja qual fosse, seria muito relevante para pesquisa. Entretanto, é possível entender por outras de suas falas, que a entrevistada reafirma a sua identidade pelo consumo do Diablo 3 (BARBOSA, 2004; CAMPBELL, 2009), pois se estabelece em uma relação de longo prazo e, pelas transmissões do Twitch, marca essa identidade perante uma comunidade que mantém relações de consumo semelhantes. O Twitch projeta essa socialização, mas não divide os recursos de conectividade como Débora considera justo. Entretanto, é a plataforma que permite o contato dela com outras pessoas, que são integrantes de uma experiência que se desenvolve todas as sextas-feiras à noite, estimulando uma comunidade baseada nesse encontro semanal.

Encerrada a entrevista com Débora, recebi prontamente a autorização de acompanhar sua transmissão de Diablo 3 e incluir as observações no trabalho. Sendo assim, escolhi um dia especial para acompanhar a Débora: a data de início de uma nova temporada do jogo. Diablo 3 é um *game* com que tenho familiaridade e, por consequência, identifico-me com o relato da

Débora. Para resumir, mantenho um relacionamento com esta franquia que é mais longo do que o da entrevistada, quase alcançando os 20 anos. Jogo Diablo 3 desde seu lançamento e, apesar de estar afastado desse universo pelos últimos 5 meses, entendo as dinâmicas e práticas do jogo. Assim, fica fácil de explicar o que é uma nova temporada. Em resumo, o Diablo 3 não dispõe de tanto conteúdo quanto WoW e, para manter os jogadores envolvidos, a Blizzard renova pequenas partes do jogo há cada três meses (em média), forçando todos os personagens criados no modo temporada a começarem do zero. Além disso, os *rankings* de desempenho dos jogadores são zerados, gerando uma nova corrida por posições durante os próximos meses. Logo, no dia que inicia uma nova temporada, os jogadores realizam longas sessões de jogo, para obterem alguma vantagem nesta competição. Há de esclarecer que a competição não objetiva nenhum prêmio, além do reconhecimento da comunidade.

Portanto, no dia 21 de outubro de 2016, iniciava uma nova temporada de Diablo 3, e, às 21h, Débora começou a transmissão. Normalmente, em uma nova temporada há mudanças consideráveis no jogo, o que não aconteceu desta vez, na 8ª temporada. A Blizzard anunciaria algumas semanas mais tarde uma série de novidades, o que chama atenção para um jogo que tem mais de quatro anos de existência. Voltando para a transmissão, no qual o assunto girava em torno das poucas alterações da nova temporada, Débora e mais um amigo estavam jogando juntos. Eles repararam que haviam iniciado a jogar antes do lançamento da temporada, confusão motivada pelo horário de verão, e assim eles tiveram que aguardar por mais uma hora até a nova temporada estar acessível. Lembrei que há um ano atrás eu havia cometido o mesmo engano.

Meu computador e internet estavam com problemas de lentidão, o que dificultava bastante a experiência de assistir a *streaming*. Dessa forma, preferi acompanhar a transmissão pelo celular, pois imagino que os problemas eram mais do computador do que da internet. A transmissão ficou fluida no celular, apesar de perder em visualização da ação do jogo. O que ainda era melhor do que a lentidão do computador, pois a familiaridade com o Diablo 3 me permite ignorar parte da ação. Ainda sobre a lentidão da experiência, uma usuária comentou que seu vídeo não carregava, porém estava curtindo a conversação *chat*. (DIÁRIO DE CAMPO, 21 de outubro de 2016).

**Figura 22 - Débora transmitindo Diablo 3**



**Interface do canal no celular. Na parte superior se encontra a tela de vídeo e, logo abaixo, destaque para o bate-papo. Fonte: Twitch. Acesso em 21 out. 2016.**

Cerca de 20 pessoas acompanhavam a transmissão, que se estendeu até às 2h da madrugada de sábado. Débora iniciou jogando com um amigo e acabou com um grupo de quatro pessoas, contando com ela, número máximo que o Diablo 3 permite jogar. A performance da Débora é menos centralizadora, em comparação com as de Natalia e Pedro, sendo que ela permite que os outros jogadores tenham um espaço de performance semelhante ao seu. Isso acontece através do áudio do grupo, que é possível ouvir durante a transmissão. Os jogadores adereçam diretamente a audiência e o bate-papo, o que não acontece com os grupos de jogo da Natalia e do Pedro. Também se destaca o tom pessoal com que Débora conduz as interações, pois as conversas, como ela mesmo disse na entrevista, vão além do jogo. Inclusive as pessoas que conversam no *chat* tratam de temas pessoais, como seus relacionamentos amorosos e até problemas de saúde. Claro que esses temas são abordados com muito bom humor, em tom de brincadeira, mas mesmo assim a *streamer*, grupo de jogadores e audiência, dividem relatos íntimos que não foram observados em outras transmissões.

Em seguida, irei relatar observações realizadas no mesmo canal de Débora e Natalia, mas no comando da *streamer* Bárbara. Infelizmente, esta última não aceitou ser entrevistada. Bárbara é a *streamer* mais frequente e as interações no canal guardam características únicas quando está no comando, o que torna relevante o relato das observações.

Acompanhei as transmissões da Bárbara nos dias 4, 6, 13 e 31 de outubro de 2016. A audiência flutua entre 30 e 80 pessoas, dependendo do horário que se acessa o canal. Geralmente, a transmissão inicia às 18 horas e é concluída às 22 horas, acontecendo entre terças e quintas-feiras. Bárbara não disponibiliza o vídeo da *webcam*, porém, é muito falante e a interação com a audiência é incessante. Essa sua performance se traduz no *chat*, que se torna mais ativo do que nas transmissões do Pedro, da Natalia e da Débora. A música também é incessante e ressignificada para os propósitos da *streamer* e audiência, sendo que imperam sons animados, contagiando a todos os envolvidos. Essa ressignificação da música fazia parte de uma narrativa própria da personagem da Bárbara no jogo, pois o refrão da música Beat It, do Michael Jackson, se transformava em “sou *healer*”. Este tipo de personagem, *healer*, é uma espécie de curandeiro, responsável por manter outros personagens vivos durante as batalhas.

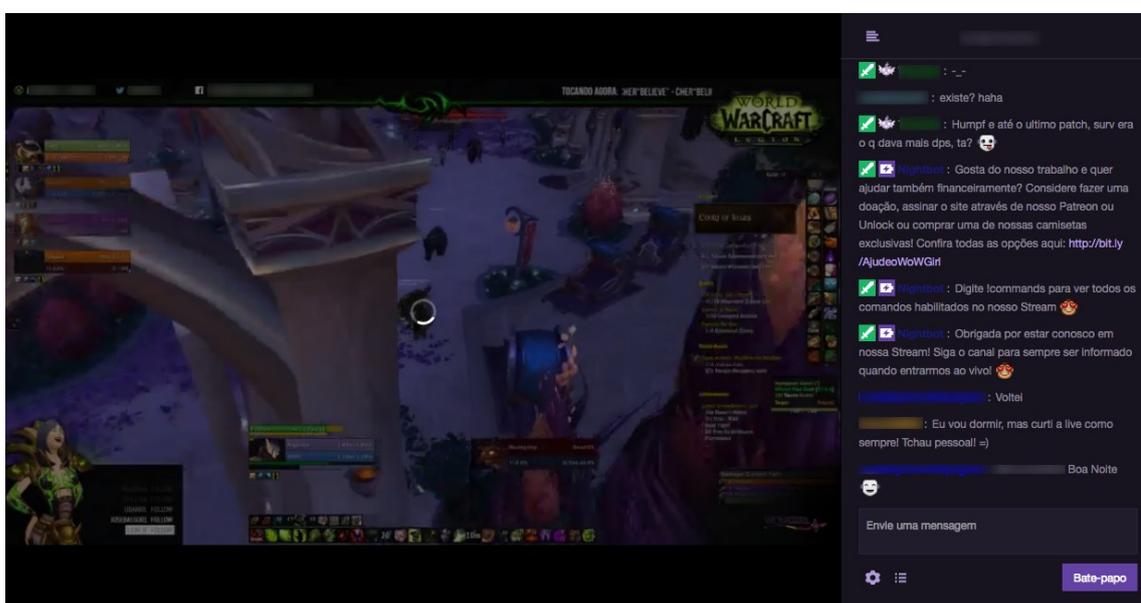
Em se tratando do jogo, Bárbara também é uma *streamer* de World of Warcraft, entretanto, diferente de Pedro e Natalia, suas transmissões são mais baseadas em experiências *single-player* e em *gameplays* casuais. Quando enfrentava desafios, aliada a outros jogadores, Bárbara estava jogando com desconhecidos e não com uma equipe articulada, como é o caso dos outros interlocutores deste trabalho. Além disso, ela perseguia objetivos pessoais, como encontrar itens colecionáveis e obter montarias (espécies de animais e veículos que podem ser usados para o personagem se deslocar mais rápido dentro do jogo). Sendo assim, o conteúdo de suas transmissões mantinha um tom descompromissado e o que importava mais era a diversão e fruição do jogo. Acompanhado de tudo isso, o bate-papo da audiência girava em torno do jogo, sobre como conseguir determinados itens, ganhar dinheiro e construir personagens. Além disso, reparei que grande parte dos usuários que interagem no *chat* se repetiam durante os dias acompanhados, verificando-se a existência de uma audiência fiel.

Outro ponto que chamava a atenção nas transmissões da Bárbara, era seu relacionamento com o namorado. Dos dias observados, a presença do namorado no mesmo ambiente físico da *streamer* podia ser percebido nas conversações. Vez ou outra, a voz dele podia ser ouvida no fundo, ou Bárbara direcionava sua fala diretamente a ele. Aparentemente, o namorado estava sempre jogando World of Warcraft, apesar de não aparecer na tela de jogo

da *streamer*. Também parece ser a partir deste relacionamento que fez Bárbara começar a jogar World of Warcraft, visto que no dia 31 de outubro ela teceu o seguinte comentário: “desde 2010 você me colocou nas ‘dorgas [risos]’”, Bárbara adereçou seu namorado, em tom de piada.

Salienta-se, nas observações do canal, as condições de fluidez da transmissão como um ator que determina o consumo e a performance dos envolvidos na experiência. Em todas as observações, a minha conexão com o canal oscilava, interrompendo parte da observação da ação na tela de vídeo. Apesar da minha internet ser considerada de alta velocidade, afinal tenho contratado 15MB de velocidade de navegação, invariavelmente a visualização “trancava”. Algumas vezes, tornava inviável a observação, mas continuava presente no canal para não perder as interações do *chat*. Ou seja, era algo relacionado apenas ao vídeo exibido. Não só eu encontrava estes problemas, mas também outros integrantes da audiência. O *streamer* até tomava conhecimento do fato, mas não havia nada que pudesse ser feito de sua parte.

**Figura 23 - Transmissão da Bárbara em interrupção**



**Na imagem a tela de vídeo está carregando os dados da transmissão, problema que se repetiu com frequência durante a experiência etnográfica. Fonte: Twitch. Acesso em 6 out. 2016.**

Na imagem acima, outro ator se faz presente além da conexão interrompida. Os *bots* do *chat* são robôs que automatizam falas e respostas de dúvidas frequentes da audiência. Através de comando do Internet Relay Chat (IRC) as donas do canal observado agenciam este ator, que

permite performar algumas funções, como levar a audiência para *links* de doações e conteúdos do site, por exemplo. Assim, os *bots* permitem que a performance das *streamers* do canal prossiga sem interrupções repetitivas, ao mesmo tempo que as ações da audiência se tornam parcialmente autônomas, na medida do que foi permitido ser realizado dentro da ferramenta de bate-papo.

Por fim, é possível resumir que a Bárbara mantém uma performance concentrada na função de entreter, pelas características do seu consumo no jogo: conteúdos mais casuais e experiência *single-player*. A audiência, que em alguns momentos ultrapassa em quantidade as transmissões da Natalia e da Débora, parece se identificar nessa performance. Entretanto, por vezes a conexão é interrompida, o que interfere consideravelmente na experiência de entretenimento. O Twitch, neste ponto, oferece poucos recursos para seus usuários contornarem esse problema, ao mesmo tempo que mantém sua posição de alimentar-se dos recursos gerados por estes usuários.

### 6.3 EPÍLOGO – *PLAYE* AMBIGUIDADE

Durante o processo etnográfico, segui as conexões entre o Twitch e seus usuários, baseado na prática da etnografia multi-situada (MARCUS, 1995). Em um primeiro momento, tomei familiaridade com a plataforma, suas estratégias, modelo de negócios e como isso se reflete em uma interface gráfica de usuário, onde suas ambições de mídia de conectividade transparecem (VAN DIJCK, 2013). Percebi que o Twitch projeta uma socialização baseada no canal “popular fica mais popular”, enquanto os canais do outro lado do espectro recebem pouca ou nenhuma força da plataforma. Essa centralização e movimento unidirecional servem aos propósitos de crescimento do Twitch, isto é, rendem lucro.

Na sequência do trabalho, explorei o repertório da Teoria Ator-Rede (MOL, 2010), para dar conta desse social onde o Twitch é um ator que se associa com os *viewers*, *streamers* e *games*, em uma rede não estrutural (LATOUR, 2012), pela qual um desloca a ação do outro, ou seja, essas sensibilidades (LAW, 2007) me permitem observar a circulação da agência no fenômeno estudado. Por sua vez, o consumo se conecta às ideias da TAR, por conceituar as atividades humanas de manipulação material como (re)afirmação da identidade dos sujeitos (BARBOSA, 2004; CAMPBELL, 2009). Ideias que, no digital, viabilizam aos atores a socialização online (MONTARDO, 2016). Entretanto, novamente, a atuação do Twitch precisa

ser ressaltada, uma vez que sua engenharia induz a certas práticas, em detrimento de outras. Sendo assim, o conceito de performance oferece escopos para analisar a ação que os atores tornam visíveis no Twitch, relacionando as funções de performance com o contexto cultural investigado (SCHECHNER, 2013). Salienta-se que, no conceito de performance, há uma lacuna, pois apenas os sujeitos autoconscientes seriam capazes de performar (SCHECHNER; ICLER; PEREIRA, 2010), relegando os não humanos à incapacidade de interferir na ação. Pelo ângulo de investigação do trabalho, o Twitch performa, não através do comportamento restaurado descrito por Schechner (2013), mas sim por códigos computadorizados desenvolvidos por seus criadores e proprietários, códigos estes que se tornam visíveis na interface gráfica de usuário e na fala do CEO Emmet Shear.

Entendendo cultura como uma relação entre criatividade e convenção (WAGNER, 2010), foi possível criar protocolos metodológicos baseados na etnografia (ECKERT; ROCHA, 2008; FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2013). Essa etnografia observou e participou das ações dos atores, desenvolvendo diários de campo, entrevistas e um questionário online. Este último foi respondido por 177 usuários do Twitch, e permitiu a visualização de um panorama das relações de consumo e performance na plataforma.

Após essa etapa do questionário, o trabalho de campo se desenvolveu na tentativa de observar relações heterogêneas, afinal dados quantitativos do questionário poderiam tornar as experiências possíveis com o Twitch muito semelhantes, excluindo diferentes usos e práticas dos usuários. Neste quesito, considero a abordagem de campo um sucesso, pois os interlocutores foram divergentes do perfil majoritário dos respondentes do questionário. Ao invés de homens, entre 18 e 25 anos, perfil majoritário entre os respondentes do questionário, foram entrevistadas duas mulheres e um homem, entre 26 e 31 anos. Além disso, foi abordado um canal de *streaming*, inserido em uma comunidade bastante ativa, de um portal de conteúdo conduzido por mulheres *gamers*.

Certas características de performance se mantiveram do questionário para as entrevistas e observações, pois a centralidade dos *streamers* em relação à audiência é um projeto estabelecido pelo Twitch e, na experiência etnográfica, percebi poucos movimentos de resistência em relação a isso. O que não significa falta de resistência, até porque o ecossistema do Twitch é bastante amplo para ser realizada qualquer afirmação definitiva, além de que manipular pequenos sistemas não ofertados pela plataforma, possibilitando à audiência performar em alguns aspectos, como em notificações de seguidores no canal, pedidos de músicas e formas de realizar doações, são movimentos de resistência, presentes na fala dos interlocutores dessa pesquisa e nas observações realizadas. Sendo assim, considero que esses

pequenos movimentos de resistência são esforços de adaptação a falta de recursos do Twitch, invés de uma luta ativa para transformar a plataforma.

Na cultura da conectividade (VAN DIJCK, 2013), a vontade dos usuários em participarem de atividades digitais, em conjunto com a exploração corporativa dos recursos gerados por essa participação, impera sobre o poder do código computadorizado em formatar uma socialização construída na ambiguidade. Por um lado, tenta-se controlar o consumo, com determinados algoritmos que ditam os rumos da participação e, por outro lado, as ações dos usuários aceitam, subvertem ou ignoram o planejamento da arquitetura da informação. A partir disso, pode-se relacionar convenção e criatividade (WAGNER, 2010) com o código, pois este viabiliza e orienta as ações dos atores em uma espécie de regras constituintes do ambiente social, enquanto que os usuários manipulam esse código para seus próprios fins, vide o uso de *glitches* dos *speedrunners*. O código atravessa diversas camadas da sociedade contemporânea, desde transações bancárias, requisição de serviços públicos, compras online, conversas entre amigos em aplicativos de celulares, até transmissões de sessões de *games* no Twitch. Transpondo essas ideias para os entrevistados, é possível perceber que o consumo de códigos está presente em vários aspectos de suas vidas. Os jogos, relações de longo prazo do Pedro, da Natalia e da Bárbara, são códigos. O Twitch é construído por códigos. De alguma forma ou de outra, as profissões escolhidas pelos interlocutores são afetadas por códigos, sendo que Pedro constrói sistemas visuais, Natalia gerencia comunidades digitais e, Débora, procura entender a estrutura pelas quais os códigos são conduzidos. Portanto, o consumo dos pesquisados está no e através do código, algoritmos que projetam jogos, socializações, atividades profissionais, entretenimento e educação.

Baseado nesse consumo do código, que penetra vários aspectos da vida dos interlocutores, identifiquei uma performance chamada de *play*, enquanto uma categoria de análise macro neste trabalho. Este termo é bastante polissêmico, pois na tradução de *play* para o português, sentidos como jogar, disputar, brincar, atuar, movimentar, representar e imitar, são atribuídos como significados da palavra (MICHAELLIS, 2016). Todos esses termos estão presentes na performance dos *streamers* entrevistados, visto que o código perpassa suas vidas, eles o manipulam para jogar, entreter e atuar em determinados aspectos sociais. O código, enquanto convenção, possibilita a existência de mídias da conectividade, que projetam formatos específicos de socialização. Por sua vez, os indivíduos navegam com criatividade pelo código, manipulando o ambiente digital para seus próprios fins, como visto nas profissões que escolheram e em suas funções de performance acionadas no Twitch: entreter, estimular uma comunidade, ensinar ou persuadir (SCHECHNER, 2013).

O código computadorizado pode ser percebido como ação não humana, levando em conta os argumentos da Teoria Ator-Rede, que através de suas sensibilidades torna visível essa ação e propõe à investigação avaliar os impactos desse ator na rede pesquisada (CALLON, 2009). No Twitch, o código além de constituir a programação da plataforma, também direciona as estratégias do serviço, visíveis na interface gráfica do usuário e na fala do CEO Emmet Shear. Essas estratégias visam o crescimento do Twitch através da popularidade de alguns canais em detrimento de outros, gerando uma desigualdade onde o “vencedor leva tudo”. Além disso, o código orienta a centralidade da performance dos *streamers*, em relação à audiência. Os argumentos da TAR possibilitam entender que o código agrega relações sociais (LAW, 2007) e que desloca, transforma, delega e conduz a ação (LATOUR, 2012) na rede do *streaming* de *games* da plataforma Twitch. O código no Twitch condiciona aspectos sociais, por centralizar a experiência na ação de alguns atores; é um mediador da ação, que não pode ser substituído pela ação humana; está estabelecido em diferentes ordens temporais e espaciais, pois navega em estruturas de computadores em rede, onde se estende desde sua origem nos servidores do Twitch, até os diversos usuários do mundo todo; e, está associado a escolhas políticas e morais, baseado na ideia de “o vencedor leva tudo” (SAYES, 2013). O código mantém uma relação de agenciamento mútua com os humanos, afinal é resultado do trabalho de programação. Define-se código com mais clareza na seguinte citação:

Código fornece uma forma de especificar transações mais precisamente. Código combina marcas, símbolos e outros *softwares*, e refere-se a objetos como computadores, convenções, protocolos, redes e dispositivos periféricos. Muito se articula sobre como o código se inclina, ou opera relações. A definição geral [...] descreve código como uma “regra para transformar uma mensagem de formato simbólico (alfabeto da fonte) em outro (alfabeto do alvo), usualmente sem perda de informação”. Os formatos “simbólicos” são altamente variáveis e incluem linguagens de programação, plataformas de *hardware*, estilos de programação, padrões de distribuição e circulação, e funções e operações. (MACKENZIE, 2006, p. 11, tradução minha).<sup>103</sup>

Apesar de baseado em fórmulas matemáticas e linguagens computadorizadas, o código não é um “segredo a ser desvendado”. É certo que, por vezes, torna-se “invisível”, como no caso do Twitch, onde o usuário navega pela interface gráfica, entretanto, é através da sua programação no *software*, que circula pelo *hardware*, que as ações e relações na plataforma

---

<sup>103</sup> Texto original: Code provides one way to specify transactions more precisely. Code combines marks, symbols and other software, and refers to objects such as computers, conventions, protocols, networks, and peripheral devices. Much hinges on how code hangs or concatenates relations together. The general definition of code [...] describes code as a “rule for transforming a message from a symbolic form (the source alphabet) into another (the target alphabet), usually without loss of information.” The “symbolic” forms are highly variable and include programming languages, hardware platforms, styles of programming, patterns of distributions and circulation, and functions or operations. (MACKENZIE, 2006, p. 11).

podem ser estabelecidas. Assim, aponta Mackenzie (2006), afirmando que a invisibilidade parcial é uma característica do código, e os vírus de computadores são tipos de *softwares* que tomam vantagem desta característica, contudo, funções e estéticas são geradas pelo código, onde o usuário pode percebê-las em curso no ambiente, como: a movimentação de um elevador, o toque de um celular e a troca de canal de um aparelho televisor. No Twitch, o código orienta todas as ações e recursos da plataforma, dirigindo o comportamento e relações do serviço com os usuários e demais atores envolvidos no fenômeno do *streaming* de *games*.

De que forma o código se relaciona com *play*, categoria macro para o entendimento da performance neste trabalho? Dado o contexto cultural estudado, baseado em mídias de conectividade (VAN DIJCK, 2013), *play* é um ato cultural que se distribui na navegação dos sujeitos no mundo contemporâneo, mundo este atravessado por códigos computadorizados. Galloway (2006) propõe que *play*, ligado à ideia de jogar *games*, é reflexo da vida contemporânea. Segundo o autor, onde o valor está associado à operação de máquinas, desde uma esteira de produção industrial, até o desenvolvimento de projetos arquitetônicos, “viver é saber como usar menus” (GALLOWAY, 2006, p. 17, tradução minha)<sup>104</sup>. Os menus são as formas gráficas navegáveis de um *software*, e ter as habilidades para utilizá-los representa o valor de operar máquinas. *Play*, segundo Galloway (2006), pode ser entendido como uma alegoria para a cultura da informação atual. Para sobreviver nesse ambiente contemporâneo, em uma cultura fomentada por códigos, jogar *games* e atuar no *streaming* de *games* auxilia os indivíduos a navegarem em um mundo baseado em códigos, que se torna visível na estética das interfaces gráficas de usuários.

A ambiguidade, levando em conta o termo *play* em relação ao código, apresenta-se na impossibilidade de entender a cultura apenas em estruturas e interpretações hermenêuticas (WAGNER, 2010). Por exemplo, Schechner refere-se ao termo *play*, em relação à performance, como “variedades desconcertantes e de difícil definição” (2013a, p. 37). No mesmo compasso, Wagner (2010) descreve a ambiguidade do *play* como presença estética que vai desde o hippie, até o presidente de uma nação. Ser bem-sucedido na vida, segundo o autor, depende de “jogar” (*play*) e “fazer o que deve ser feito”. Lembrando que *play* abrange um amplo espectro de performances, que vai do entretenimento à disputa. Tanto o hippie, quanto o presidente, acionam essa ambiguidade do *play* para realizarem suas ações no mundo. Na seguinte citação,

---

<sup>104</sup> Do original: “to live today is to know how to use menus” (WOLF, 2005, p. 17, tradução livre do autor).

Wagner (2010) amplia a noção de ambiguidade de *play*, sendo que a tradução encontra dificuldades em encaixar o termo no texto do autor:

Pois a alternativa a “jogar” [*play*] com a recriação da Cultura é a fabricação séria da Cultura, uma fabricação que assume o aspecto de exploração. Quando o “jogo” se revela, ele se torna coisa séria, e quando o “jogo” dos nossos inovadores é relativizado, ele se converte em *criação* (em vez de conjectura) de fatos, em fabricação (em vez de solução) de necessidades, em diferenciação (em vez de entretenimento) de pessoas. O “jogo” sério é nosso antídoto para a nossa Cultura relativizada, e se esse jogo é relativizado, ficamos *realmente* em apuros. (WAGNER, 2010, p. 176).

A ambiguidade do *play* reside nessa navegação entre as “regras do jogo” cultural, e a inovação dessas mesmas regras. Wagner (2010) descreve isso na linha tênue, seja do cientista ou do profissional de entretenimento (um ator ou comediante, por exemplo), que vivem entre o “faz de conta” e a “realidade”. O cientista produz “fatos” e o profissional de entretenimento proporciona “lazer”, porém cada um precisa manipular conscientemente suas atitudes, em performance *play*, sem demonstrar que estão “jogando”. Refletindo no trabalho, a ação do código computadorizado se traduz tanto em convenção quanto em criatividade, onde sua programação determina possibilidades e caminhos, e sua manipulação faz sonhar com inovação e subversão.

Salienta-se que a ambiguidade do *play* descrita por Wagner (2010) não é o mesmo que os papéis sociais pré-determinados do Goffman (2014). Se assim fosse, estaria retornando para uma posição de interpretação hermenêutica e estruturalista. Ao mesmo tempo, a representação de si do Goffman (2014) não é refutada, mas o comportamento humano, com participação e interferência não humana, seria por deveras simplificado se entendido como atuação dramática. Há um contexto cultural para performance *play* que a torna ambígua, pois os sujeitos, ao manipularem conscientemente suas atitudes, sem demonstrar que estão “jogando”, fazem surgir relações heterogêneas em cada situação específica.

Por sua vez, o código é integrante e participante da performance *play*, também em relações ambíguas. Apesar de ser programado para conduzir determinadas ações, por vezes ele falha ou não conduz a ação conforme desejado por seus desenvolvedores. Enquanto que o seu consumo, ao ser manipulado pelos atores humanos, gera deslocamentos da ação, sejam em formato de aceitação, subversão, criatividade e/ou passividade. A agência circula das pessoas para o código e do código para a pessoas, sem ordem ou hierarquia.

## 7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho investigou o *streaming* de *games* na plataforma Twitch, pelas perspectivas dos conceitos de consumo e performance. Conjugando as sensibilidades da Teoria Ator-Rede, foi possível empreender uma etnografia que observou e relacionou a circulação da ação no fenômeno pesquisado, com o objetivo de responder a seguinte pergunta: de que maneiras o consumo como performance emerge nas relações entre atores humanos e não humanos na plataforma de *streaming* de *games* Twitch?

Antes de se aprofundar na investigação, foi realizado um levantamento do Estado da Arte, que coletou as produções acadêmicas brasileiras e internacionais sobre o Twitch. Foi identificado que no Brasil ainda há poucas pesquisas sobre a plataforma, restritas ao fenômeno *Twitch Plays Pokémon*. Enquanto isso, os trabalhos internacionais abrangem aspectos mais amplos sobre o Twitch, contudo, essas produções focam ora na técnica, ora nos fatores humanos, perdendo oportunidades de abordarem o objeto em sua complexidade. Por sua vez, os conceitos de consumo e performance são pouco explorados, permitindo a este trabalho encontrar lacunas de pesquisa.

Em seguida, foi possível realizar uma familiarização com a plataforma Twitch. Descendente do Justin TV, o Twitch surgiu em 2011, com o foco em transmissões ao vivo de sessões de jogos eletrônicos. Após sua ascensão em relativamente pouco tempo, onde alcançou mais de 100 milhões de espectadores mensais e 1,7 milhões de *streamers*, a plataforma foi comprada pela Amazon por US\$ 970 milhões. O modelo de negócios do Twitch explora os recursos da conectividade dos seus usuários, que, ao se relacionarem com a plataforma, fornecem dados de comportamento e de perfil (VAN DIJCK, 2013). Sendo assim, os formatos que geram renda para o Twitch são: anúncios publicitários, modelos de inscrições e venda de mercadorias. As estratégias de crescimento do Twitch envolvem fortalecer os canais e *streamers* mais populares, o que é visível em uma análise da interface gráfica de usuário e na fala do CEO Emmet Shear.

Para relacionar os efeitos dessas estratégias do Twitch com os conceitos de consumo e performance, o repertório da Teoria Ator-Rede (MOL, 2010) propõe tornar visível as ações dos atores humanos e não humanos. Segundo essas ideias, o social emerge das associações entre humanos e não humanos, em uma rede não estrutural da circulação da agência: deslocamentos de afetação mútua, onde um ator faz outro agir (LATOUR, 2012). Conectado a isso, o conceito

de consumo avalia a (re)afirmação da identidade dos sujeitos, através da manipulação de bens materiais (BARBOSA, 2004; CAMPBELL, 2009). Isto é, as relações entre humanos e não humanos produzem efeitos sociais e subjetivos, sendo que o consumo pode ser entendido como uma “janela” para aspectos culturais. As atividades de manipulação de bens materiais resultam em ordenamentos estéticos na vida dos sujeitos (MILLER, 2009), pois suas reações ao mundo das “coisas” atribuem sentido e respondem questionamentos sobre “quem sou eu?” (CAMPBELL, 2009).

Em ambientes digitais, a manipulação dos artefatos torna as relações de consumo ambíguas, pois também são relações de trabalho. A atividade gera recursos criativos ou de conectividade, conforme já descrito nos termos da autora van Dijck (2013), viabilizando a socialização online (MONTARDO, 2016). Este consumo se torna fator de performance, já que as ações dos atores se tornam visíveis.

O conceito de performance pode ser entendido como a ação visível dos sujeitos, que acionam comportamentos restaurados em suas relações (SCHCHNER, 2013). Uma vez que toda ação pode ser analisada “como” performance, o trabalho buscou identificar as funções de performance presentes no fenômeno pesquisado. São sete funções que serviram como escopo de análise: I) entreter; II) criar algo belo; III) marcar ou mudar a identidade; IV) fazer ou estimular uma comunidade; V) curar; VI) ensinar ou persuadir; VII) lidar com o sagrado ou demoníaco. Apesar do conceito apenas considerar a performance de seres autoconscientes, o trabalho percebeu que o Twitch é capaz de performar, pois desloca e se relaciona com a ação de outros atores.

A ação foi central na investigação do trabalho e, desta forma, foi conduzido um empreendimento etnográfico capaz de observar a circulação da agência (ECKERT; ROCHA, 2008). A Teoria Ator-Rede não oferece escopos analíticos e metodológicos, o que torna a etnografia uma aliada para o repertório da TAR, pois é possível construir protocolos metodológicos flexíveis que abordem fenômenos em mídias digitais. Foram desenvolvidos, portanto, formatos empíricos para coletar dados das ações visíveis dos atores no Twitch. Primeiro, um questionário online respondido por 177 usuários brasileiros permitiu visualizar um panorama das relações de consumo e performance na plataforma. Conforme os dados coletados, os *streamers* estabelecem uma performance assimétrica em relação à audiência, o que é integrante do projeto do Twitch em formatar um tipo específico de socialização, pois faz parte de sua estratégia de crescimento. O consumo guarda características de controle, entretanto

os usuários manipulam ferramentas externas ao Twitch para que a audiência tenha outras possibilidades de performance. Sendo assim, os *streamers* performam com a função principal de entreter e a audiência atua com a função de marcar ou mudar a identidade.

A abordagem subsequente da investigação, que era conduzida pelas ideias da etnografia multi-situada (MARCUS, 1995) e pelo relacionismo entre cultura, convenção e criatividade (WAGNER, 2010), objetivou atentar para relações heterogêneas no fenômeno do *streaming* de *games*. Foram realizadas entrevistas com três *streamers*, um homem e duas mulheres, além de serem conduzidas observações participantes durante as transmissões dos interlocutores. Durante o processo, foram confeccionados diários de campo, parcialmente publicados no blog do autor<sup>105</sup>. Apesar de mantidas algumas características da centralidade do *streamer*, conforme as respostas do questionário, os entrevistados demonstram distintas funções de performance. Entreter ainda se mantém presente, juntamente com estimular uma comunidade e educar ou persuadir. Cada performance reflete diferentes relações de consumo dos entrevistados, seja com a plataforma Twitch ou com *games*. De qualquer forma, o consumo se relaciona em uma via de mão dupla na vida dos entrevistados, pois tanto define a ordem estética dos seus relacionamentos, como também gera o conhecimento necessário para consumir e viabilizar aspectos sociais, como, por exemplo, as relações estabelecidas neste ambiente digital.

Finalmente, consumo como performance no *streaming* de *games* da plataforma Twitch pode ser compreendido em sua ambiguidade cultural. O código, linguagem computadorizada que perpassa a sociedade contemporânea e, no caso do Twitch, está investido em toda a estrutura da plataforma, ultimamente transformando as estratégias de crescimento dos seus desenvolvedores em interface gráfica de usuário, é convenção e criatividade (WAGNER, 2010). Convenção, pois o código computadorizado estipula regras e conduz determinados aspectos sociais, pelo controle do consumo, que estabelecem certos fatores de performance; e criatividade, afinal nem sempre a programação funciona conforme as ideias dos desenvolvedores, seja pelo uso diferente do imaginado pelas pessoas, ou mesmo pelas falhas que podem acontecer (exemplo dos *glitches* e problemas de fluidez durante as transmissões), assim como a manipulação dos códigos pelos usuários resultam em diferentes ações durante a rotina das pessoas, pois o código habilita determinadas ações que seriam impossíveis sem ele. Consumir esse código propõe aos usuários formas de navegar no mundo contemporâneo, em performance *play*, termo polissêmico que pode ser traduzido para: jogar, disputar, brincar,

---

<sup>105</sup> Diários de Twitch, disponível em: <https://diariosdetwitch.wordpress.com/>.

atuar, movimentar, representar e imitar. Essas ações se concretizam durante a navegação da vida dos sujeitos pelo código, seja na forma de resistência ou aceitação, sendo que participar do fenômeno do *streaming* de *games* no Twitch promove capacidades e habilidades para agir no mundo contemporâneo, atravessado por códigos computadorizados.

Consumo como performance, nas relações entre códigos do Twitch (não humanos) e usuários da plataforma (humanos), pode ser compreendido pela ambiguidade do projeto da plataforma em formatar a socialização unidirecional e centralizadora, e as vontades dos usuários em se associarem e transformarem o código em criatividade, uma vez que o Twitch interfere na socialização conforme seu projeto, focando sua atenção nos canais mais populares, em detrimento de comunidades menores. Os usuários, por sua vez, precisam utilizar outras mídias de conectividade, para satisfazerem seus ideais de socialização, pois o Twitch promove um consumo de fruição estética e performances assimétricas dos *streamers* em relação à audiência. A restrição de suporte providenciada pelo Twitch faz com que seus usuários busquem soluções externas, agenciando recursos de terceiros que não estão presentes na plataforma. Assim, a audiência pode performar além da ferramenta de *chat*, ao pedir músicas durante a transmissão, fazer doações e mostrar que está seguindo o canal. Porém, mais uma vez, esses recursos passam pelo controle do *streamer*, reforçando a centralidade desse ator na experiência. Portanto, as maneiras pelas quais o consumo como performance emergem nas relações entre atores humanos e não humanos, na plataforma de *streaming* de *games* Twitch, estão relacionadas com as estruturas do código computadorizado, que objetiva um determinado controle e projeto social, que por sua vez é fator de funções específicas de performance, assimétricas entre *streamer* e audiência, mas que se tornam criatividade na medida que habilitam os sujeitos a navegarem em um mundo de mídias de conectividade, construídas e programadas em códigos.

Por fim, o autor considera que ainda há muitas oportunidades de pesquisa sobre o Twitch, levando em consideração que ainda é um fenômeno emergente no Brasil, e que pode refletir em afetações midiáticas, sociais e culturais. O que significa o tipo de conteúdo e projeto do Twitch para a produção de entretenimento, por exemplo? Quais os impactos dessa plataforma no consumo de *games*? Quais os efeitos do Twitch que podem ser percebidos na comunidade *gamer* e como isso pode afetar o desenvolvimento de jogos? Além disso, também há uma lacuna de pesquisa sobre relações de gênero, tema que foi contemplado por breves comentários neste trabalho. Sem dúvida, são temas e perguntas relevantes, que podem render futuras investigações científicas sobre a plataforma de *streaming* de *games* Twitch.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALKLID, Jonathan. Twitch, a Breath of Fresh Air? An Analysis of Sexism on Twitch.tv. *Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação)* - Linnaeus University, Växjö, Suécia, 2015. Disponível em: <<https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:790162/FULLTEXT01.pdf>>. Acesso em 3 dez. 2016.
- AMARO, Mariana; FREITAS, Camila. Pokémon, gotta catch them all: comunidade, jogo e memória. *Sessões do Imaginário*, Porto Alegre, v. 21, n. 35, p. 31-39, 2015.
- ANDERSON, Chris. *A Cauda Longa: do mercado de massa para o mercado de nicho*. Tradução de Afonso Celso da Cunha Serra. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.
- AOIR. *Ethical Decision-Making and Internet Research: Recommendations from the Aoir Ethics Working Committee (Version 2.0)*. Disponível em <<http://www.aoir.org/reports/ethics2.pdf>>. Acesso em 23 mai. 2016.
- BARABÁSI, Albert-László. *LINKED: A Nova Ciência dos Networks*. São Paulo: Leopardo Editora, 2009.
- BARBOSA, Livia. *Sociedade de consumo*. Rio de Janeiro: Zahar, 2004.
- \_\_\_\_\_; CAMPBELL, Colin. O estudo do consumo nas ciências sociais contemporâneas. In: BARBOSA, Livia; CAMPBELL, Colin (Org.). *Cultura, consumo e identidade*. Rio de Janeiro: FGV, p. 21-44, 2009.
- BARROS, Carla. Identidades, classificações e “gostos” culturais: um estudo no universo dos games e redes sociais nas camadas populares. IV Simpósio Internacional de Administração e Marketing e VI Congresso de Administração da ESPM, 2009, São Paulo. *Anais*. São Paulo: ESPM, 2009. Disponível em: <<http://caepmblog.espm.br/EVENTOS/IVSimpósio/Artigos/Identidades,%20classificacoes%20e%20gostos.pdf>>. Acesso em 3 dez. 2016.
- BELÉM, Elisa. Sentidos da palavra performance. *Moringa (UFPB)*, João Pessoa, v. 4, n. 1, p. 27-40, 2013.
- BOAS, Franz. As limitações do método comparativo em Antropologia. In: CASTRO, Celso (Org.). *Antropologia cultural*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, p. 25-40, 2005.
- CALLON, Michel. Elaborating the notion of performativity. *Le Libellio d’Aegis*, v. 5, n. 1, p. 18-29. 2009. Disponível em <<https://halshs.archives-ouvertes.fr/hal-00460877/document>>. Acesso em 19 jun. 2016.
- CARVALHO, José Jorge de. O olhar etnográfico e a voz subalterna. *Horizontes Antropológicos*, Porto Alegre, v. 7, n. 15, p. 182-198, 2001.
- CAMPBELL, Colin. Eu compro, logo sei que existo. As bases metafísicas do consumo moderno. In: BARBOSA, Livia; CAMPBELL, Colin (Org.). *Cultura, consumo e identidade*. Rio de Janeiro: FGV, p. 47-64, 2009.

CHEUNG, Gifford; HUANG, Jeff. Starcraft From the Stands: Understanding the Game Spectator. Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems, Vancouver. *Anais*. Vancouver, p. 763-772, 2011.

CRUZ JUNIOR, Gilson. Gaming, cultura e ciberespaço: sobre o “mimimi” em torno de Mass Effect 3 e a compreensão “crítica” dos jogos digitais. *Licere*, Belo Horizonte, v. 17, n. 4, 2014.

CUCHÉ, Dennys. Gênese social da palavra e da ideia de cultura. In: \_\_\_\_\_. *A noção de cultura nas ciências sociais*. Bauru: EDUSC, p. 17-26, 1999.

EDGE, Nathan. Evolution of the Gaming Experience: Live Video Streaming and the Emergence of a New Web Community. *Elon Journal of Undergraduate Research in Communications*, Elon, NC, EUA, v. 4, n. 2, 2013. Disponível em: <<http://www.studentpulse.com/a?id=821>>. Acesso em 14 de abr. de 2015.

ECKERT, Cornelia; ROCHA, Ana Luiza Carvalho da. Etnografia: saberes e práticas. In: Céli Regina Jardim Pinto e César Augusto Barcellos Guazzelli. (Org.). *Ciências Humanas: pesquisa e método*. Porto Alegre: Editora da Universidade, Série Graduação, p. 9-24, 2008.

FARRINGTON, Daniel; MUESCH, Nicholas. Analysis of the Characteristics and Content of Twitch Live-Streaming.. *Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação)* - Worcester Polytechnic Institute, Worcester, Estados Unidos, 2015.

FELINTO, Erick. Os computadores também sonham? Para uma Teoria da Cibercultura como Imaginário. *Intexto*, Porto Alegre, v. 2, n. 15, 2006.

FERRIN, Nino; KONTOPODIS, Michalis. Video Games Interativos e Novas Possibilidades para a Ação Corporal e Imaginação. *Nuances: estudos sobre Educação*, Presidente Prudente, SP, v. 26, n. 1, p. 132-147, 2015.

FERREIRA, Emmanoel. Cultura participativa e letramento digital: uma análise exploratória através da aplicação da pesquisa etnográfica no fórum de discussão Portal Xbox. V Simpósio Nacional da Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura (ABCiber). *Anais*. Florianópolis: UDESC/UFSC, 2011.

FINCO, Mateus David; FRAGA, Alex Branco. Rompendo fronteiras na Educação Física através dos videogames com interação corporal. *Motriz*, Rio Claro, v. 18, n. 3, p. 533-541, 2012.

FRAGOSO, Suely. The Spatial Experience of Games and Other Media: Notes From a Theoretical-analytical Model of Representations of Space. *Comunicação e Sociedade*, vol. 27, p. 213-229, 2015.

\_\_\_\_\_ et al. Um panorama dos estudos de games na área da Comunicação nos últimos 15 anos. In: XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. *Anais*. Rio de Janeiro: UFRJ, 2015.

\_\_\_\_\_; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. *Métodos de pesquisa para internet*. Porto Alegre: Sulina, 2013.

GANDOLFI, Enrico. To watch or to play, it is in the game: The game culture on Twitch.tv among performers, plays and audiences. *Journal of Gaming & Virtual Worlds*, v. 8, n. 1, p. 63–82, 2016.

GARROCHO, Luís Felipe Matsya de Aruanda Ramos; JOSEPHSON, Joana Ziller de Araujo. Rastros de um Dispositivo do Jogar: Agenciamento de Agrupamentos no Experimento Social Twitch Plays Pokémon. VIII Simpósio Nacional da Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura (ABCiber). *Anais*. São Paulo: ESPM, 2014.

GALLOWAY, Alexander. *Gaming: essays on algorithmic culture*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2006.

GOFFMAN, Erving. *A representação do eu na vida cotidiana*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014.

HAMILTON, William; GARRETSON, Oliver; KERNE, Andruid. Streaming on Twitch: Fostering Participatory Communities of Play Within Live Mixed Media. Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems. *Anais*. Toronto, p. 1315-1324, 2014.

HINE, Christine. *Ethnography for the Internet: Embedded, Embodied and Everyday*. London: Bloomsbury, 2015.

KARHULAHTI, Veli-Matti. Prank, Troll, Gross and Gore: Performance Issues in Esport Live-Streaming. Proceedings of 1st International Joint Conference of DiGRA and FDG. *Anais*. Dundee, Scotland, Reino Unido, 2016.

KAYTOUE, Mehdi et al. Watch Me Playing, I Am a Professional: a First Study on Video Game Live Streaming. Proceedings of the 21st International Conference Companion on World Wide Web. *Anais*. Lyon, p. 1181-1188, 2012.

LATOURE, Bruno. *Reagregando o social: uma introdução à teoria do Ator-Rede*. Salvador e Bauru, EDUFBA e EDUSC, 2012.

LAW, John. *Actor Network Theory and Material Semiotics*, version of 25<sup>th</sup> April 2007. Disponível em: <<http://www.heterogeneities.net/publications/Law2007ANTandMaterialSemiotics.pdf>>. Acesso em 23 de mai. 2016.

LEITE, Guilherme Ferreira; TESSAROLO, Felipe Maciel. A Maior Batalha de Todos os Tempos da Semana Passada. VIII Simpósio Nacional da Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura (ABCiber). *Anais*. São Paulo: ESPM, 2014.

LEAL, Ondina e DOS ANJOS, José Carlos Gomes. Cidadania de quem? Possibilidades e limites da Antropologia. *Revista Horizontes Antropológicos*, Porto Alegre, EDUFRGS, n. 10, Diversidade cultural e cidadania, 1999.

LEMOS, André. Cibercultura como território recombinante. In: MARTINS, Camila DUPRAT et al (Org.). *Territórios recombinantes: arte e tecnologia – debates e laboratórios*. São Paulo: Inst. Sergio Motta, p. 35-48, 2007.

LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. São Paulo: Editora 34, 1999.

MACEDO, Kauan Benthien Pereira. Live Streaming de Games: Uma nova perspectiva no consumo da informação. *Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação)*. Florianópolis, SC: Faculdades Integradas ASSESC, 2014.

MACKENZIE, Adrian. *Cutting Code: Software and Sociality*. Nova York: Peter Lang Publishing, 2006.

MALINOWSKI, Bronislaw. Introdução: objeto, método e alcance desta investigação. In: \_\_\_\_\_. *Os Argonautas do Pacífico Ocidental*. São Paulo: Abril Cultural, 1978.

MARCUS, George. Ethnography in/of the World System: The Emergence of Multi-Sited Ethnography. *Annual Review of Anthropology*, v. 24, p. 95-117, 1995.

MEDEIROS, Márcia Duarte. Jogos eletrônicos, mundos virtuais e identidade: o si mesmo como experiência alteritária. *Tese (Doutorado)* – Universidade Federal de Fortaleza, Fortaleza, 2013.

MICHAELLIS. *Dicionário Michaellis*. Disponível em <<http://michaelis.uol.com.br/>>. Acesso em 26 nov. 2016.

MILLER, Daniel. Estudando cultura material no sul de Londres. In: BARBOSA, Livia; PORTILHO, Fátima; VELOSO, Leticia (Org.). *Consumo: cosmologias e sociabilidades*. Seropédica, Rio de Janeiro: EDUR, 2009.

MOL, Annemarie. Actor-Network Theory: sensitive terms and enduring tensions. *Kölnes Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, Amsterdam, v. 50, n. 1, p. 253-269, 2010.

MONTARDO, Sandra Portella. Consumo digital e teoria de prática: uma abordagem possível. *Revista FAMECOS*, Porto Alegre, v. 23, 2016.

\_\_\_\_\_. Pesquisa em Cibercultura: análise da produção brasileira da Intercom. *Logos (Rio de Janeiro. Online)*, Rio de Janeiro, v. 18, p. 102-116, 2011.

\_\_\_\_\_; AMARAL, Adriana. Pesquisa em cibercultura e internet: estudo exploratório-comparativo da produção científica da área no Brasil e nos Estados Unidos. *Conexão (UCS)*, Caxias do Sul, v. 9, p. 57-73, 2010.

\_\_\_\_\_; ARAÚJO, W. F. Performance e práticas de consumo online: ciberativismo em sites de redes sociais. *Revista FAMECOS (Online)*, Porto Alegre, v. 2, p. 472-494, 2013.

MONTAÑO, Sonia. O Tempo Real do Justin TV: apontamentos sobre os sentidos da transmissão ao vivo na web. XXIII Encontro Anual da Compós. *Anais*. Universidade Federal do Pará, 2014.

NEVALY; NEWZOO. *Online Video Audience for Games to Surpass 500 Million in 2016 (Infographic)*. Disponível em: <<https://newzoo.com/insights/infographics/lets-play-global-2016/>>. Acesso em 9 nov. 2016.

OLEJNICZAK, Jędrzej. A Linguistic Study of Language Variety Used on Twitch.Tv: Descriptive and Corpus-Based Approaches. International Conference RCIC'15. *Anais*. Brasov, Romênia, 2015.

OLIVEIRA NETO, Jair Rocha de; BATISTA, Micheline Dayse Gomes. Jogando e aprendendo: etnografias on-line dos games Combat Arms e Dragons of Atlantis. IV Simpósio Hipertexto e Tecnologias na Educação. *Anais*. Recife: UFPR, 2012.

PAZ, Samyr. Twitch e o levantamento do estado da arte sobre o streaming ao vivo de games. 10º Encontro Nacional de História da Mídia, 10, 2015, Porto Alegre. *Anais*. Porto Alegre: UFRGS, 2015.

PELLICONE, Anthony. Performing Play: Cultural production on Twitch.tv. Proceedings of the 2016 CHI Conference Extended Abstracts on Human Factors in Computing Systems. *Anais*. San Jose, Estados Unidos: 2016.

PEIRANO, Mariza. Etnografia não é método. *Revista Horizontes Antropológicos*, Porto Alegre, PPGAS/UFRGS, v. 42, 2014.

PIRES, Karine; SIMON, Gwendal. YouTube Live and Twitch: A Tour of User-Generated Live Streaming Systems. Proceedings of the 6th ACM Multimedia Systems Conference. *Anais*. Portland, p. 225-230, 2015.

POLD, Soren; ANDERSEN, C. Controlled Consumption Culture: When Digital Culture becomes Software Business. In: MILLER, Paul D.; MATVIYENKO, Svitlana (Org.). *The Imaginary App*. Cambridge, EUA: MIT Press, 2014.

POLIVANOV, Beatriz Brandão. Etnografia virtual, netnografia ou apenas etnografia? Implicações dos conceitos. *ESFERAS - Revista Interprogramas de Pós-graduação em Comunicação do Centro Oeste*, Brasília, v. 2, p. 61-71, 2013.

PRIMO, Alex. O que há de social nas mídias sociais? Reflexões a partir da Teoria Ator-Rede. *Contemporânea – comunicação e cultura (UFBA)*, Salvador, v. 10, n. 3, p. 618-641, 2012.

RAES, Tom Clement Maria. Twitch TV: motives and interaction, a consumer perspective. *Dissertação (Mestrado) - Aalborg University, Aalborg, Dinamarca*, 2015.

RECKTENWALD, Daniel. Transcription of “In-Game Events” in Online Live Streaming on Twitch TV. Mood-Z Conference. *Anais*. Zurique, Suíça, 2015.

RECUERO, Raquel. *A conversação em rede: comunicação mediada pelo computador e redes sociais na Internet*. Porto Alegre: Sulina, 2014.

ROCHA, Ana Luiza; ECKERT, Cornelia. O antropólogo na figura do narrador. In: \_\_\_\_\_. *O tempo e a Cidade*. Porto Alegre: Ed. UFRGS, 2005.

ROCHA, Paula Jung; MONTARDO, Sandra Portella. Netnografia: incursões metodológicas na cibercultura. *E-Compós*, Brasília, v. 4, p. 1-22, 2005.

SAYES, Edwin. Actor-Network Theory and methodology: Just what does it mean to say that nonhumans have agency? *Social Studies of Science*, Online, v. 44, n. 1, p. 1-16, 2010. Disponível em < <http://sss.sagepub.com/content/early/2013/12/30/0306312713511867>>. Acesso em 10 jun. 2016.

SEGATA, Jean; RIFIOTIS, Theophilos (Org.). Antropologia e Cibercultura. In: \_\_\_\_\_. Políticas etnográficas no campo da Cibercultura. Joinville: Editora Letradágua, 2016.

SCHECHNER, Richard. *Performance Studies: An Introduction*. New York: Routledge, 2013.

\_\_\_\_\_. “Pontos de Contato” revisitados. In: DAWSEY, John et al. (Org.). *Antropologia e performance: ensaios napedra*. São Paulo: Terceiro nome, 2013a.

\_\_\_\_\_; ICLER, Gilberto; PEREIRA, Marcelo de Andrade. O que pode a Performance na Educação? Uma entrevista com Richard Schechner. *Educação e Realidade*, Porto Alegre v. 35, n. 2, 2010.

SIBILIA, Paula. Autenticidade e performance: a construção de si como personagem visível. *Revista Fronteiras - estudos midiáticos*, São Leopoldo, Unisinos, v. 17, n. 3. 2015.

SMITH, Thomas; OBRIST, Marianna; WRIGHT, Peter. Live-streaming Changes the (Video) Game. Proceedings of the 11th European Conference on Interactive TV and Video. *Anais*. Milão, p. 131-138, 2013.

SOUZA, Rosana Vieira de. Slide to unlock: um estudo das táticas de resistência cotidiana dos usuários do Ecosistema ios/apple. *Tese (Doutorado) – Unisinos, Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, Novo Hamburgo*, 2014.

TODOROV, Tzvetan. A descoberta da América In: \_\_\_\_\_. *A conquista da América: a questão do outro*. 3.ed. São Paulo: Martins Fontes, p. 3-14, 2003.

VAN DIJCK, José. *The culture of connectivity: a critical history of social media*. New York: Oxford University Press, 2013.

VALENTIM, Daniel Costa. Unidos pelo controle: uma etnografia das práticas de sociabilidades dos cuberatletas do futebol digital. *Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal de Fortaleza, Fortaleza*, 2011.

WAGNER, Roy. *A invenção da cultura*. São Paulo: Cosac Naify, 2010.

WALKER, Austin. Watching Us Play: Postures and Platforms of Live Streaming. *Surveillance and Society*, Ontário, v. 12, n. 3, 2014. Disponível em: <<http://library.queensu.ca/ojs/index.php/surveillance-and-society/article/download/postures/posture>>. Acesso em 14 de abr. de 2015.

WEBER, Florence. A entrevista, a pesquisa e o íntimo, ou: por que censurar seu diário de campo? *Revista Horizontes Antropológicos*, Porto Alegre, Ed. UFRGS, n. 32, Etnografias, p. 157-170, 2009.

WOLF, Mark J. P. *The medium of the video game*. Austin: University of Texas Press, 2005.

YANG, Tzu-Wei et al. A Hybrid Preference-Aware Recommendation Algorithm for Live Streaming Channels. TAAI '13 Proceedings of the 2013 Conference on Technologies and Applications of Artificial Intelligence. *Anais*. IEEE Computer Society, Washington, DC, USA, p. 188-193, 2013.

ZHANG, Cong; LIU, Jiangchuan. On Crowdsourced Interactive Live Streaming: A Twitch.TV-Based Measurement Study. Proceedings of the 25th ACM Workshop on Network and Operating Systems Support for Digital Audio and Video. *Anais*. Portland, 2015. p. 55-60

## ANEXO I

### Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

Eu, Samyr Paz, responsável pela pesquisa **Consumo como Performance no Streaming de Games da Plataforma Twitch**, estou fazendo um convite para você participar como voluntário deste estudo. A pesquisa faz parte da minha dissertação de Mestrado em Processos e Manifestações Culturais, da Universidade Feevale, localizada em Novo Hamburgo – Rio Grande do Sul. Sou bolsista neste curso, contando com fomento da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes).

Esta pesquisa pretende investigar o consumo e a performance relacionados aos usuários e à plataforma Twitch. Acredito que ela seja importante porque o streaming de games é um fenômeno recente e que a cada dia cresce em popularidade. Para sua realização será efetuado um empreendimento etnográfico, onde serão realizadas entrevistas sobre o tema. Sua participação constará em opinar e discutir o tema e permitir que seja acompanhado seu canal de streaming durante o processo de pesquisa. Os relatos do andamento da pesquisa estarão disponíveis no blog <https://diariosdetwitch.wordpress.com/> e a qualquer momento podem ser consultados, debatidos e alterados.

Durante todo o período da pesquisa você tem o direito de tirar qualquer dúvida ou pedir qualquer esclarecimento, bastando comunicar o pesquisador.

Você tem o seu direito garantido de não aceitar participar ou de retirar sua permissão, a qualquer momento, sem nenhum tipo de prejuízo ou retaliação, pela sua decisão.

As informações desta pesquisa serão confidenciais, e serão divulgadas apenas em eventos ou publicações científicas, não havendo identificação dos voluntários, a não ser entre os responsáveis pelo estudo, sendo assegurado o sigilo sobre sua participação. Será utilizado também gravação de áudio.

Autorização:

Eu, \_\_\_\_\_, após a leitura deste documento e ter tido a oportunidade de conversar com o pesquisador responsável, para esclarecer todas as minhas dúvidas, acredito estar suficientemente informado, ficando claro para mim que minha participação é voluntária e que posso retirar este consentimento a qualquer momento sem penalidades ou perda de qualquer benefício. Estou ciente também dos objetivos da pesquisa, dos procedimentos aos quais serei submetido e da garantia de confidencialidade e esclarecimentos sempre que desejar. Diante do exposto, expresso minha concordância de espontânea vontade em participar deste estudo.

---

Assinatura do voluntário

---

Assinatura testemunha

Declaro que obtive de forma apropriada e voluntária o Consentimento Livre e Esclarecido deste voluntário para a participação neste estudo.

---

Assinatura do responsável pela obtenção do TCLE

Dados do pesquisador:

Samyr Paz

Av. São Leopoldo, 105 / 503

Centro / Campo Bom - RS

51 99287990

[samyrpaz@gmail.com](mailto:samyrpaz@gmail.com)