

CRIAÇÃO DE CONTEÚDO EM PLATAFORMAS DIGITAIS: OS.AS STREAMERS DA TWITCH¹

Jackeline Gameleira da Silva ²

As plataformas digitais possibilitam a exploração econômica de diversas formas de trabalho. Algumas dessas atividades são menos visíveis, tal como o trabalho de produção de conteúdo online em redes sociais, realizado no *Facebook*, *Youtube* e na *Twitch*. Esta última é uma plataforma menos conhecida do público em geral, mas de grande alcance. O crescimento gradativo da *Twitch* (<https://www.twitch.tv/p/pt-br/company/>), que conta atualmente com o total de 8.431.539 criadores.as de conteúdo ativos.as no mundo,³ e as diversas questões relativas às condições laborais que nela se explicitam, despertam a atenção a respeito desta plataforma digital, considerando sua forma de governança e a atividade que nela é realizada.

A *Twitch* consiste em uma plataforma de *streaming* em que os.as criadores de conteúdo, denominados.as de *streamers*, transmitem vídeos ao vivo e online geralmente jogando jogos de computador, celular ou videogame ao mesmo tempo em que transmitem sua própria imagem.

A novidade do formato de conteúdo criado na *Twitch*, em comparação com os vídeos gravados previamente do *Youtube*, é a possibilidade de o.a streamer interagir em tempo real, durante a transmissão, com a audiência presente no bate-papo virtual. Isto é utilizado como um atrativo e um diferencial da plataforma em seu site oficial (<https://www.twitch.tv/p/pt-br/company/>).

Esse recurso acaba se tornando uma obrigação para o.a criador.a de conteúdo da plataforma da *Twitch*, e requer que o.a *streamer*, além de produzir o conteúdo, esteja todo o tempo interagindo e também incentive a interação no bate papo virtual com a finalidade de criar uma comunidade. A realização dessas e outras ações surgem a partir do desenho e da interface da plataforma digital, que direciona o que deve ser feito para que a pessoa/trabalhador.a alcance o sonho de ser um.a *streamer* de sucesso (<https://www.twitch.tv/cre->

1 Este artigo integra as discussões semanais a respeito do processo de digitalização da economia e do espraio setorial das empresas-plataforma no Brasil, sobretudo as de trabalho, que farão parte da edição da Revista da Faculdade de Direito de Ciências do Trabalho de abril de 2022. As publicações também são fruto de parceria com a Rede de Estudos e Monitoramento da Reforma Trabalhista (REMIR) e a Associação Brasileira de Estudos do Trabalho (ABET).

2 Mestranda do Programa de Pós-graduação em Direito da Universidade Federal do Rio de Janeiro (PPGD/UFRJ). Este texto é fruto de pesquisa de mestrado que desenvolvo no PPGD/UFRJ, sob orientação do professor Dr. Rodrigo de Lacerda Carelli.

3 2 AISH, Gregor; GIRATIKANON, Tom. Charting the Rise of Twitch. *The New York Times*, 27 ago 2021. Disponível em: < <https://www.nytimes.com/interactive/2014/08/26/technology/charting-the-rise-of-twitch.html>>. Acesso em 22 nov. 2021. HSU, Tiffany. Twitch Users Watch Billions of Hours of Video, but the Site Wants to Go Beyond Fortnite. *New York Times*, 26 set. 2021. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2019/09/26/business/media/twitch-twitchcon-ads-redesign.html>. Acesso em 22 nov. 2021. TWITCHTRACKER Active Streamers By Month. Disponível em: <<https://twitchtracker.com/statistics/viewers>>. Acesso em 31 mar. 2022.

atorcamp/pt-br). A estratégia da plataforma é incentivar um sonho que faz parte do imaginário de muitos.as *streamers* que desejam/precisam sobreviver financeiramente a partir desta atividade. O sistema da plataforma, no entanto, permite que apenas um pequeno número de *streamers* de sucesso ocupe o topo da pirâmide e realize o sonho de atingir grandes ganhos financeiros. A maioria permanece com pouco ou quase nenhum ganho financeiro, mas mantém o sistema em funcionamento.

A interface que o.a *streamer* acessa estabelece diversas metas a serem cumpridas, como se estivesse em um jogo. Com o avanço das fases, algumas ferramentas vão sendo liberadas para permitir gerenciar o seu canal de forma mais efetiva. A fase inicial é a de streamer básico.a, onde se encontra quem acabou de criar um canal na plataforma e ainda não pode monetizar as transmissões. A segunda fase é a de streamer afiliado.a, em que é possível monetizar as transmissões e, a terceira fase, é a de streamer parceiro.a, que é a fase mais alta e com mais ferramentas. Existem também muitas outras metas a serem cumpridas pelo.a streamer com a finalidade de direcionar a atividade de acordo com os objetivos estabelecidos pela plataforma digital. A gestão realizada, então, está diretamente relacionada à gamificação, que adota características lúdicas do jogo, como as metas e as fases, para a realização da atividade.

Além disso, esses instrumentos de controle, quase imperceptíveis por parte de seus.as usuários.as, são os responsáveis por padronizar, em certa medida, a produção do conteúdo da plataforma⁴, apesar de existir uma margem para a criatividade dos.as streamers. Isto é importante para a plataforma manter “um padrão de qualidade”, o que faz os.as streamers seguirem, a partir dos comandos sutis da plataforma, um padrão de produção de conteúdo e de interação.

A *Twitch* tem como um de seus objetivos manter a atenção dos.as telespectadores.as na plataforma para dar continuidade à produção de dados a partir das interações que nela se realizam⁵. Neste sentido, o.a streamer não só produz vídeos como também informações a partir da sua atividade, além de estimular que os.as usuários.as produzam informações. Portanto, tanto os.as streamers como os.as telespectadores.as realizam atividades que possuem alto valor e que são responsáveis pelo contínuo aprimoramento da plataforma, de seus mecanismos de controle e de seu retorno financeiro, mas que aparecem escondidas no discurso de que se tratam apenas de entretenimento e de comunicação⁶.

As *lives* podem durar horas, o que significa que os.as streamers têm que

4 EK BIA, Hamid Reza; NARDI, Bonnie A. Heteromation, and other stories of computing and capitalism. Cambridge, MA: MIT Press, 2017, p. 37; CASILLI, Antonio. Da classe virtual aos trabalhadores do clique: a transformação do trabalho em serviço na era das plataformas digitais. MATRIZES, v. 14, n. 1, p. 13-21, 2020., p. 17

5 BUENO, Claudio Celis. The attention economy: labour, time and power in cognitive capitalism. Rowman & Littlefield, 2016.

6 DOORN, Niels van; BADGER, Adam. Platform Capitalism's Hidden Abode: Producing Data Assets in the Gig Economy. Antipode, Vol. 0, 2020, doi: 10.1111/anti.12641; SRNICEK, Nick. Platform capitalism. Cambridge: Polity Press, 2017 p. 28, 29.

ficar sentados.as em frente ao computador durante um grande período. Não há garantia de que possuam um meio ambiente adequado para realizar sua atividade, nem que possuam períodos de pausas para descanso. Sair da frente do computador e pausar a *live* tem por consequência dispersar toda a audiência que foi reunida com muito esforço. Como a plataforma não supervisiona as condições de trabalho, isto significa, na prática, que os.as streamers realizam a atividade sem garantias de condições mínimas de saúde e segurança.

O pagamento dos.as streamers afiliados.as (segunda fase) e parceiros.as (terceira fase) é realizado pela *Twitch* a partir de porcentagens, por exemplo, sobre anúncios durante as transmissões. Além disso, há o valor mínimo de 100 dólares para saque da remuneração. Esta determinação unilateral da *Twitch* faz com que parte dos.as streamers passem meses esperando para sacar o dinheiro, sem qualquer autonomia quanto à determinação do valor do seu próprio trabalho.

Além disso, a *Twitch* elabora os algoritmos, ou seja, a programação e a interface da plataforma, com o objetivo de controlar o trabalho a ser realizado pelos.as streamers, de modo que as ações são direcionadas de forma sutil. A plataforma também obtém retorno econômico a partir da exploração dessa atividade, mas não fornece garantias mínimas de saúde e de segurança para que a atividade seja executada.

Entretanto, apesar de existirem muitas questões envolvendo o trabalho que é realizado pelos.as streamers, a *Twitch* não reconhece que haja uma relação de trabalho e não assume qualquer responsabilidade a respeito (<https://www.twitch.tv/p/pt-br/legal/affiliate-agreement/>). A plataforma busca se eximir de qualquer risco do seu próprio negócio, apesar da exploração econômica que realiza. Trata-se de uma estratégia típica do novo modelo de negócios adotada pelas plataformas digitais, baseada na ideia de externalização dos riscos e custos da atividade econômica para uma multidão de trabalhadores.as⁷.

A presente pesquisa indica, a partir das análises preliminares, que os.as streamers desempenham uma atividade laboral e que buscam se estabelecer no ramo para se sustentar financeiramente – apesar de receberem pouco ou nenhum retorno financeiro. Esses.as profissionais podem não se perceber como trabalhadores.as, tendo em vista a sutileza do gerenciamento realizado pela plataforma digital, mas a exploração econômica que a *Twitch* realiza e as diversas condições unilaterais que impõe são elementos que demonstram a existência de uma relação laboral desequilibrada e desigual entre as partes. Além disso, a flexibilidade e a margem criativa existente nesse novo tipo de atividade não impedem configuração da relação de trabalho.

Ou seja, não se trata de uma relação entre iguais e que deve ser regulada pela legislação civil, mas de uma relação entre indivíduos isolados e uma

7 CARDON, Dominique; CASILLI, Antonio. Qu'est-ce que le digital labor?. Ina, 2015, p.14, 33. OLIVEIRA, Murilo Carvalho Sampaio; CARELLI, Rodrigo de Lacerda; GRILLO, Sayonara. Conceito e crítica das plataformas digitais de trabalho. Revista Direito e Práxis, v. 11, p. 2609-2634, 2020.

grande empresa-plataforma que, portanto, deve ser protegida e regulada pela legislação trabalhista.

É importante destacar que aos.as streamers se organizaram coletivamente no movimento inicialmente denominado de Sindicato dos Streamers e que, posteriormente, foi alterado para União dos Streamers (<https://twitter.com/uniaostreamer>), e no Apagão da Twitch (<https://twitter.com/apagaotwitch>)⁸. Tais ações demonstram que a organização coletiva continua sendo um caminho para a busca de melhoria das condições laborais, mesmo quando o trabalho se realiza a partir das plataformas digitais. Afinal, a legislação não exige a formalização do vínculo de emprego para que sindicatos sejam criados, podendo existir, por exemplo, sindicatos de trabalhadores.as autônomos.as (art.511, CLT).

Esta análise demonstra a importância de estudos sobre as diversas questões relativas a esse novo tipo de trabalho de criação de conteúdo. Além da plataforma da *Twitch*, é necessário englobar nas análises também as plataformas como *Instagram*, *Facebook*, *Twitter* e *Youtube*, cada qual com suas peculiaridades e semelhanças. Grande parte das pessoas que criam conteúdo online sonham em obter sucesso um dia, mas são, na maioria das vezes, exploradas pelas plataformas digitais de forma sutil. O trabalho de criação de conteúdo, portanto, exige um olhar mais cauteloso de modo a propiciar um debate e a criação de mecanismos jurídicos que responsabilizem as plataformas pelas relações de trabalho, assegurando a saúde e a segurança das pessoas que o realizam.

8 Também podemos observar a organização dos trabalhadores em outra plataforma de produção de conteúdo online em rede social. Na Europa, temos o sindicato dos.as youtubers, que, inclusive, realizaram uma parceria com o IG Metall, que é um dos maiores sindicatos industriais da Europa. (<https://www.theverge.com/2019/8/26/20833315/youtube-union-youtubers-negotiate-germany-meeting>; <https://canaltech.com.br/redes-sociais/youtubers-se-juntam-a-grupo-sindical-para-exigir-maior-igualdade-na-plataforma-145219/>)