

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PAMPA (UNIPAMPA)
CAMPUS SÃO BORJA
CURSO DE RELAÇÕES PÚBLICAS**

NAYRA KEMILY ARAUJO DA SILVA

**A COMUNICAÇÃO DIGITAL E O ENTRETENIMENTO NO STREAMING AO VIVO:
UMA ANÁLISE A PARTIR DO CANAL CAZÉTV**

**São Borja
2023**

NAYRA KEMILY ARAUJO DA SILVA

**A COMUNICAÇÃO DIGITAL E O ENTRETENIMENTO NO STREAMING AO VIVO:
UMA ANÁLISE A PARTIR DO CANAL CAZÉTV**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado
como requisito para a conclusão do Curso de
Relações Públicas à Universidade Federal do
Pampa, campus São Borja–RS.

Orientador(a): Marcela Guimarães e Silva

São Borja

2023

Ficha catalográfica elaborada automaticamente com os dados fornecidos
pelo(a) autor(a) através do Módulo de Biblioteca do
Sistema GURI (Gestão Unificada de Recursos Institucionais) .

S586c Silva, Nayra Kemily Araujo

A comunicação digital e o entretenimento no streaming ao vivo: Uma análise a partir do canal CazéTV / Nayra Kemily Araujo Silva.

46 p.

Trabalho de Conclusão de Curso(Graduação)-- Universidade Federal do Pampa, RELAÇÕES PÚBLICAS, 2023.

"Orientação: Marcela Guimarães Silva".

1. Interação;. 2. Streaming;. 3. Entretenimento;. 4. Relações Públicas.. I. Título.

NAYRA KEMILY ARAUJO DA SILVA

**COMUNICAÇÃO DIGITAL E ENTRETENIMENTO NO STREAMING AO VIVO: UMA ANÁLISE
A PARTIR DO CANAL CAZÉTV**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao Curso de Relações
Públicas da Universidade Federal
do Pampa, como requisito parcial
para obtenção de bacharel em
Relações Públicas

Trabalho de Conclusão de Curso defendido e aprovado em: 11 de dezembro de 2023.

Banca examinadora:

Profa. Dra. Marcela Guimarães e Silva
Orientadora
(UNIPAMPA)

Profa. Dra. Paula Daniele Pavan
(UNIPAMPA)

Prof. Dr. Paulo Júnior Melo da Luz
(UNIPAMPA)



Assinado eletronicamente por **MARCELA GUIMARAES E SILVA, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 11/12/2023, às 15:51, conforme horário oficial de Brasília, de acordo com as normativas legais aplicáveis.



Assinado eletronicamente por **PAULO JUNIOR MELO DA LUZ, PROFESSOR MAGISTERIO SUPERIOR - SUBSTITUTO**, em 11/12/2023, às 16:01, conforme horário oficial de Brasília, de acordo com as normativas legais aplicáveis.



Assinado eletronicamente por **PAULA DANIELE PAVAN, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 11/12/2023, às 19:03, conforme horário oficial de Brasília, de acordo com as normativas legais aplicáveis.



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.unipampa.edu.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **1324979** e o código CRC **E55B9E82**.

Agradecimentos

Agradeço à minha mãe e irmã, Altair Araujo e Haila Araujo, por todo suporte e apoio durante a minha trajetória acadêmica. Em especial pelas chamadas de vídeo, telefonemas chorosos e a paciência. Amo grandemente vocês! (E o Rick da irmã, Henry Araujo, também).

Agradeço ao Bloco, Edna Cecilia, Gabriel Dantas, João Carlos, Jessica Amorim, Luciane Vaz, Mariana Harumi e Nicole Montrezol, por sempre escutar e acolher minhas vivências, reflexões e lamentações sobre a vida longe do ninho.

A Juliana Rosa e João Pedro Almeida, pelas partilhas, risadas, trabalhos acadêmicos e festas. Juju, foi uma honra conhecê-la e dividir todos os componentes curriculares contigo, agradeço a paciência e as palavras de incentivo. Jopinho, obrigada pela leveza, altruísmo e carisma, você emana luz!

À minha orientadora, deixo registrada toda a minha gratidão, obrigada pelas partilhas, paciência e por compartilhar sua sabedoria comigo.

RESUMO

O presente trabalho discorre sobre a ascensão da comunicação digital, exemplificada pelo canal CazéTv e como as transformações digitais têm remodelado a interação e consumo de conteúdo de entretenimento. Sob a ótica de Castells (1999), a Era da Informação, impulsionada por tecnologias digitais e internet, concede aos consumidores um papel ativo na escolha e compartilhamento de material audiovisual. A teoria de convergência em rede de Jenkins (2009) destaca a interconexão entre plataformas e mídias, permitindo a participação ativa dos consumidores na produção e distribuição de conteúdo. Assim, os Princípios de Relações Públicas Digitais, conforme Terra (2015), são aplicados por criadores, como defendem Jean Moreira (2022) e Benazzi e Barbosa (2023), para fortalecer laços com o público, ampliar alcance e proporcionar experiências personalizadas. No contexto do streaming, a comunicação digital, conforme Benazzi e Barbosa, viabiliza transmissões ao vivo, elevando a interatividade e formação de comunidades em torno de conteúdos específicos. A comunicação digital, alinhada a práticas de relações públicas, cria um ambiente propício para interação ativa dos espectadores, enriquecendo a experiência de entretenimento. Em síntese, a comunicação digital transforma a experiência do público, integrando teorias e práticas para oferecer um panorama abrangente das possibilidades contemporâneas no entretenimento audiovisual.

Palavras-chaves: Interação; Streaming; Entretenimento; Relações Públicas.

ABSTRACT

The present work discusses the rise of digital communication, exemplified by the CazéTv channel, and how digital transformations have reshaped the interaction and consumption of entertainment content. From Castells' (1999) perspective, the Information Age, driven by digital technologies and the internet, gives consumers an active role in choosing and sharing audiovisual material. Jenkins' (2009) network convergence theory highlights the interconnection between platforms and media, allowing consumers to actively participate in the production and distribution of content. Principles of Digital Public Relations, according to Terra (2015), are applied by creators such as Jean Moreira (2022) and Benazzi and Barbosa (2023) to strengthen ties with the public, expand reach and provide personalized experiences. In the context of streaming, digital communication, according to Benazzi and Barbosa, enables live broadcasts, increasing interactivity and the formation of communities around specific content. Digital communication, aligned with public relations practices, creates an environment conducive to active spectator interaction, enriching the entertainment experience. In short, digital communication transforms the audience's experience, integrating theories and practices to offer a comprehensive panorama of contemporary possibilities in audiovisual entertainment.

Keywords: Interaction; Streaming; Entertainment; Public Relations.

LISTA DE IMAGENS

Imagem 1: Página inicial da plataforma	22
Imagem 2: Cadastro na plataforma	23
Imagem 3: Ferramentas de interação - Seguir e Notificar	24
Imagem 4: Ferramentas de interação - Chat	24
Imagem 5: Ferramentas de interação - Emotes	25
Imagem 6: Ferramentas de interação - Donations e Bits	26
Imagem 7: Ferramentas de interação - Suspiro	26
Imagem 8: Ferramentas de interação - Inscrição	27
Imagem 9: Ferramentas de interação - Hype Train	27
Imagem 10: Ferramentas de interação - Mensagem Fixada	28
Imagem 11: Streamer Casimiro Miguel	29
Imagem 12: Parceria entre Casimiro e LiveMode	30
Imagem 13: Identidade visual CazéTV	31
Imagem 14: Matéria sobre as transmissões da Copa do Mundo de Futebol Masculino	32
Imagem 15: Matéria sobre as transmissões da Copa do Mundo de Futebol Masculino	32
Imagem 16: Informações do canal “Casimito” na Twitch	34
Imagem 17: Informações do canal “CazéTV_” na Twitch	34
Imagem 18: Benefícios dos inscritos	35
Imagem 19: Emotes do canal “Casimito”	36
Imagem 20: Sorteio realizado durante live	36
Imagem 21: Chat em modo lento	37
Imagem 22: Momentos iniciais da live	38
Imagem 23: Momentos finais da live	38
Imagem 24: Divulgação durante live	39
Imagem 25: Divulgação durante live	39

Imagem 26: Comentários gordofóbicos apagados por um moderador	40
Imagem 27: Públicos tiram dúvidas com moderadores	40
Imagem 28: Moderadora se despede do chat na troca de turno	41
Imagem 29: Moderador responde dúvidas acerca do patrocinador	41
Imagem 30: Interação mútua no chat	42

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	12
1.1. JUSTIFICATIVA.....	12
1.2. OBJETIVOS.....	13
1.2.1. Objetivo Geral.....	13
1.2.2. Objetivos Específicos.....	13
1.3. METODOLOGIA.....	14
2. DA ERA DA INFORMAÇÃO ÀS RELAÇÕES PÚBLICAS DIGITAIS.....	17
3. O STREAMING.....	22
3.1. A interação na plataforma da Twitch.....	23
3.2. NA PRÁTICA.....	29
3.2.1. Casimiro Miguel.....	29
3.2.2. LiveMode e o canal CazéTV.....	30
3.3. Transmissões da CazéTV na Twitch.....	33
3.4. Análise.....	36
3.4.1. Interação entre streamer e público.....	38
3.4.2. Interação entre moderador-público e público-moderador.....	39
3.4.3. Interação entre o público.....	42
4. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	44
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	45

1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho, intitulado “Comunicação Digital e Entretenimento no streaming ao vivo: Uma análise a partir do canal CazéTV” traz uma pesquisa acerca da convergência de mídias e redes e dos avanços sociais e das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) e como tais avanços da comunicação digital possibilitaram transformações na forma de consumir e interagir com conteúdos audiovisuais de entretenimento, por meio de uma análise do canal CazéTV presente nos serviços de stream da Twitch e do Youtube.

A pesquisa tem como questão central compreender: como a comunicação digital possibilitou o consumo e a interação dos conteúdos audiovisuais de entretenimento a partir da análise do canal CazéTV?

1.1. JUSTIFICATIVA

A comunicação digital tem se tornado cada vez mais presente na vida das pessoas, influenciando a forma como nos relacionamos, consumimos informações, entretenimentos e até mesmo atuamos ativamente na sociedade. Santaella (2010) expõe que as tecnologias digitais, em especial a internet, têm mudado profundamente as formas de comunicação e as relações sociais. A autora ressalta que as tecnologias digitais permitem o acesso a um grande volume de dados e informações, e que essas tecnologias também têm gerado novas formas de comunicação e interação social, que podem ser objeto de estudo para pesquisadores em comunicação.

Dessas novas formas de comunicação, temos o streaming ao vivo, que fez grande sucesso durante a pandemia e que atualmente é um dos meios mais populares de comunicação digital, sendo amplamente utilizado por pessoas e empresas para transmitir conteúdos em tempo real, competindo diretamente com as formas tradicionais de transmissão de conteúdo, como a televisão aberta e a televisão a cabo. Surge daí a necessidade de estudar quais transformações a comunicação digital empregou no consumo e na interação com conteúdos audiovisuais de entretenimento.

A relações-públicas Carolina Terra (2015) faz uma reflexão sobre a cibercultura e o processo de midiatização dos relacionamentos, em especial nas relações de uma organização com seus públicos, em nosso caso da marca CazéTV

com seus públicos. Sendo função dos profissionais de relações públicas gerenciar para conduzir o crescimento das relações e interações entre consumidores e marcas, objetivando presença e imagem.

A pesquisa parte do interesse da autora em integrar as práticas de Relações Públicas e Comunicação Digital no contexto do entretenimento audiovisual, sendo motivada pelo reconhecimento da crescente presença da comunicação digital na vida das pessoas. O foco recai sobre o streaming ao vivo em razão da identificação pessoal da autora como consumidora assídua desse formato de entretenimento.

Diante disso, a presente pesquisa tem como objetivo estudar a relação entre comunicação digital e entretenimento, analisar as transformações da comunicação digital e compreender as transformações sociais e culturais decorrentes das novas tecnologias de comunicação e informação, entendendo como a comunicação digital transformou o consumo de entretenimento audiovisual e observando as formas de interação e relacionamento do serviço de stream Twitch, a partir da análise da CazéTV.

1.2. OBJETIVOS

1.2.1. Objetivo Geral

- Compreender como a comunicação digital possibilitou o consumo de conteúdos audiovisuais de entretenimento no streaming ao vivo por meio da interatividade.

1.2.2. Objetivos Específicos

- Pesquisar a relação entre comunicação digital e conteúdos audiovisuais de entretenimento na plataforma Twitch, com foco na CazéTV
- Investigar como as transformações da comunicação digital e o consumo de novas mídias audiovisuais favorecem a interatividade na Twitch analisando como o streaming ao vivo contribui para a construção de comunidades online e a participação ativa dos espectadores;
- Identificar as práticas de Relações Públicas no ambiente digital, especialmente no contexto da CazéTV, examinando como as

estratégias de comunicação são utilizadas para fortalecer o vínculo entre criadores de conteúdo e público;

- Observar as formas de interação e relacionamentos com os públicos, a partir da análise do chat do canal CazéTV, explorando como o ambiente interativo da Twitch é utilizado para promover a participação dos espectadores.

1.3. METODOLOGIA

A metodologia desempenha um papel crucial na pesquisa, pois fornece o plano de ação para coletar e analisar os dados necessários. Nesta pesquisa, a metodologia é fundamental para compreender como a comunicação digital possibilitou o consumo e a interação de conteúdos audiovisuais de entretenimento, especificamente através da análise do canal CazéTV. Assim, foi realizada uma pesquisa mista, combinando elementos de pesquisa bibliográfica, observatória e documental.

A pesquisa bibliográfica permitiu explorar as teorias e conceitos relevantes conectados à relação entre comunicação digital e interações e conteúdos audiovisuais de entretenimento. Autores como Castells (1999), Santaella (2003, 2007), Jenkins (2009), Terra (2015), Souza (2019), Moreira (2022), Teixeira (2022) e Benazzi e Barbosa (2023) foram consultados para compreender as transformações das tecnologias da informação e o consumo de novas mídias audiovisuais. Essa pesquisa foi conduzida com referências apresentadas pelos professores, consultadas e acessadas tanto na biblioteca acadêmica, quanto com o auxílio do Google acadêmico.

A observação foi adotada para observar e analisar as interações e relacionamento dos telespectadores com o canal e seus conteúdos. Foi utilizada uma abordagem qualitativa, para promover a coleta e análise de dados relacionados aos estudos da comunicação que abordaram o consumo e as comunidades de fãs. A pesquisa documental foi utilizada para coletar informações sobre o histórico e as características do canal objeto de análise.

Foram utilizados os seguintes instrumentos e técnicas de coleta de dados:

- Revisão bibliográfica: foram consultados livros, artigos científico e outras fontes confiáveis relacionadas à comunicação digital, consumo de conteúdos audiovisuais;
- Pesquisa documental: foi produzida uma análise detalhada de notícias e informações relacionados à CazéTV, incluindo conteúdos do site da LiveMode, registros de transmissões e notícias e entrevistas de portais esportivos.
- Observação: realizou-se a observação direta dos canais de transmissão da CazéTV, analisando os vídeos publicados, os comentários dos telespectadores e as interações ocorridas;
- Anotações: foram construídas anotações durante a observação, registrando informações relevantes sobre os conteúdos, os padrões de consumo e as formas de interação dos telespectadores;
- Internet: foi feita uma pesquisa on-line para obter informações adicionais sobre o canal, como sua história, público-alvo e características específicas.

O público-alvo dessa coleta de dados foram os espectadores do canal CazéTV. A amostragem foi realizada de forma não probabilística, pois partiu da análise das transmissões ao vivo no serviço de streaming Twitch, realizadas durante o período de 24 de outubro a 19 de novembro de 2023 nos canais “Casimito” e “CazeTV_”.

Os dados coletados foram analisados utilizando uma abordagem qualitativa. Após aplicadas técnicas de análise de conteúdo para identificar temas, padrões e tendências nos conteúdos audiovisuais e nas interações dos telespectadores. Além disso, também utilizamos técnicas de análise textual para examinar os comentários e outras formas de interação presentes no canal.

A metodologia proposta permitiu uma análise aprofundada do impacto da comunicação digital no consumo e interação de conteúdos audiovisuais de entretenimento por meio da análise do canal CazéTV. A combinação de métodos de coleta de dados e análise qualitativa forneceu insights para responder à pergunta da pesquisa.

Sendo assim, a comunicação digital e os avanços tecnológicos têm desempenhado um papel significativo na transformação da forma como consumimos e interagimos com conteúdos audiovisuais de entretenimento. Para fundamentarmos

a pesquisa que se sucederá trabalharemos leituras de autores que trazem assuntos relacionados aos temas.

No Capítulo 1, a partir de Castells (1999), Jenkins (2009) e Terra (2015) discutiremos os temas “Era da Informação”, “Convergência das mídias” e “Relações Públicas Digitais”, a fim de abordar as mudanças tecnológicas, culturais e sociais, o avanço das redes e a evolução das relações públicas no ambiente digital e na era da informação, a convergência das redes e das relações públicas.

O Capítulo 2 reúne os tópicos: “Streaming”; “As interações na plataforma da Twitch”; “Na prática”. Apresenta um breve relato acerca do streaming e detalha as ferramentas interativas bem como a funcionalidade delas na plataforma Twitch, bem como apresentação do objeto que dará vazão para a análise presente no Capítulo 3 e em seguida as Considerações Finais.

2. DA ERA DA INFORMAÇÃO ÀS RELAÇÕES PÚBLICAS DIGITAIS

Neste capítulo, abordamos temas que permeiam as transformações tecnológicas, culturais e sociais, os avanços da rede e a evolução das relações públicas no ambiente digital e a Era da Informação, a Convergência das Redes e as Relações Públicas, bem como abordamos reflexões sobre cibercultura, relacionamentos e relações públicas digitais e tratamos sobre como as transformações das tecnologias digitais e os diversos públicos movem a forma com que as marcas e organizações devem se comunicar e informar seus públicos, bem como as redes e as mídias auxiliam no fortalecimento dos relacionamentos marca-público.

Para Castells (1999), a Era da Informação marca uma nova fase histórica caracterizada pela centralidade da informação, das tecnologias de comunicação e das redes na organização social, econômica e cultural. Entretanto, o sociólogo aponta que “Nos últimos vinte anos do século XX [...] Não foi apenas todo o sistema de tecnologia que mudou, mas também suas interações sociais e organizacionais” (p.80). Favorecendo a economia, a área informacional e a cultura da virtualidade real. Fase esta que foi impulsionada por três elementos interconectados: tecnologia da informação e comunicação, capitalismo global e redes de comunicação.

Estabelecendo assim, uma nova lógica social, uma estrutura social dominante da Era da Informação, chamada pelo escritor de Sociedade em Rede, esta que é baseada em fluxos de informações e conhecimentos, com implicações significativas nas relações sociais, no poder e nas desigualdades. E complementa que “A convergência de todas essas tecnologias eletrônicas no campo da comunicação interativa levou à criação da Internet, talvez seja o mais revolucionário meio tecnológico da Era da Informação.” (p. 82).

Uma vez que as redes são múltiplas, os códigos interoperacionais e as conexões entre redes tornam-se as fontes fundamentais da formação, orientação e desorientação das sociedades. A convergência da evolução social e das tecnologias da informação criou uma nova base material para o desempenho de atividades em toda estrutura social. Essa base material construída em redes define os processos sociais predominantes, conseqüentemente dando forma à própria estrutura social. (CASTELLS, 1999, p. 567)

Tal convergência dos avanços sociais e as Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) também favoreceu a evolução da convergência de mídia. Para Jenkins (2009), a convergência consegue definir transformações dentro de quatro segmentos (tecnológica, mercadológica, cultural e social) tendo a sua significação a cargo de quem fala e sobre o que fala (p. 30).

Para o autor, a convergência não se limita apenas à fusão de redes técnicas, nas quais há integração e interação entre diferentes plataformas e tecnologias, mas envolve também a interação entre diferentes mídias, indústrias e públicos, sendo um processo cultural e social.

A convergência das mídias é mais do que apenas uma mudança tecnológica. A convergência altera a relação entre tecnologias existentes, indústrias, mercados, gêneros e públicos. A convergência altera a lógica pela qual a indústria midiática opera e pela qual os consumidores processam a notícia e o entretenimento. Lembrem-se disto: a convergência refere-se a um processo, não a um ponto final. Não haverá uma caixa preta que controlará o fluxo midiático para dentro de nossas casas. Graças à proliferação de canais e à portabilidade das novas tecnologias de informática e telecomunicações, estamos entrando numa era em que haverá mídias em todos os lugares. A convergência não é algo que vai acontecer um dia, quando tivermos banda larga suficiente ou quando descobirmos a configuração correta dos aparelhos. Prontos ou não, já estamos vivendo numa cultura da convergência. (JENKINS, 2009, p. 43)

Jenkins (2009) diz que, ao alimentarmos essa convergência tecnológica, implicamos em uma mudança nos modelos de propriedade dos meios de comunicação e que a convergência dos meios de comunicação influencia a forma como consumimos esses meios. Entretanto, é importante salientar que a escolha dos meios não ocorre de maneira orgânica e aleatória, uma vez que os "conglomerados têm interesse em controlar toda uma indústria de entretenimento" (p. 42), Jenkins cita a empresa Warner Bros. como exemplo, responsável pela produção de filmes, música, games, parques, websites, livros, entre outros. Assim sendo, a convergência pode ser tanto uma oportunidade de expansão para esses conglomerados das mídias, onde seus conteúdos se encontram presentes em outras plataformas, quanto um risco que pode gerar evasão do espectador, já que ao ir da televisão para internet ele pode não voltar.

Segundo o autor, a convergência é tanto um processo corporativo, quanto um processo de consumidor, agindo de cima para baixo e de baixo para cima, em que o público tem possibilidade de ir ao encontro do conteúdo que deseja, deixando de ser

um receptor ou consumidor passível e se tornando um consumidor ativo (p. 47) e por vezes interativo. E complementa que essa expansão representa um deslocamento de conteúdo de mídia único para um conteúdo de múltiplos canais, causando uma relação ainda mais complexa entre a mídia corporativa e a cultura participativa.

A indústria midiática está adotando a cultura da convergência por várias razões: estratégias baseadas na convergência exploram as vantagens dos conglomerados; a convergência consolida a fidelidade do consumidor, numa época em que a fragmentação do mercado e o aumento da troca de arquivos ameaçam os modos antigos de fazer negócio. (JENKINS, 2009, p. 325)

Sobre isso, Terra (2015) aponta que a comunicação corporativa, que antes se conectava somente aos padrões institucionais, passou a ter como estratégia as lógicas do entretenimento em uma tentativa de transformar o consumidor não só em um consumidor profissional, mas também em um fã, o objetivo era a construção de uma imagem e uma reputação nas redes sociais através do diálogo, da interatividade e da participação com o público a fim de legitimar a presença da marca nesse espaço.

Por meio do uso estratégico das lógicas do entretenimento e das experiências motivadas pelas marcas, a comunicação corporativa, antes ligada apenas ao institucional, vem tentando transformar o consumidor em fã e, com isso, construir uma imagem e uma reputação digitais por meio de ações dialógicas, interativas e participativas que culminem em seu encantamento. O resultado: uma base de fãs enorme que legitime a presença das marcas nas redes sociais. (TERRA, 2015, p. 107)

Ela reflete sobre o processo de midiatização dos relacionamentos, sobretudo nas relações de uma organização com seus públicos, e como a cibercultura transformou não só a comunicação, mas também as relações públicas, através das mídias sociais. Seguindo a conceituação de André Lemos e Pierre Lévy de que a cibercultura “modifica hábitos sociais, práticas de consumo cultural, ritmos de produção e distribuição de informação, criando novas relações no trabalho e no lazer, novas formas de sociabilidade e de comunicação social” LEMOS; LÉVY, 2010, p. 22 apud TERRA, 2015, p. 106), Terra diz que é possível dizer que a mesma também transformou a comunicação e as relações públicas.

Para Terra, o relacionamento no meio digital se dá através do processo de construção das estratégias comunicacionais voltadas para aqueles a quem dirigimos a nossa comunicação. Visto que as múltiplas formas de se manter conectado traz consigo vantagens e desvantagens, pois ao mesmo tempo que promove a

conectividade, não necessariamente firmará relacionamentos com quem nelas estão.

Conforme Lemos e Lévy (2010 apud Terra, 2015, p. 106), na chamada cibercultura, as mídias são um canal de comunicação pautado pela empatia, confiança e suporte que por meio de mudanças na forma de consumo cultural, hábitos sociais e no movimento de produção e difusão da informação, transformam não só a comunicação, mas também as relações públicas. E que tal transformação é caracterizada por uma nova dinâmica de relacionamento, em que estabelece o diálogo e a interação entre uma organização e seus públicos de interesse passa a ser gerenciado pelas relações públicas digitais.

Segundo a autora, as tecnologias digitais em conjunto com a comunicação e a informação, possibilitam que os relacionamentos com os públicos migrem para o ambiente digital, principalmente nas redes sociais on-line, onde o consumidor é parte fundamental por meio do exercício colaborativo e participativo, tornando-se “prosumers” consumidores profissionais, a autora também retoma o termo “usuário-mídia”, abordado anteriormente em seu livro “Mídias sociais...e agora? O que você precisa saber para implementar um projeto de mídias sociais”, para falar destes consumidores profissionais.

As relações públicas digitais não se diferem das relações públicas¹ que já conhecemos, apenas as adapta para o meio digital, para as organizações se relacionarem com seus públicos é preciso estar presente nos meios digitais, de forma efetiva, sabendo utilizar não só as tecnologias disponíveis, mas também entender os comportamentos dos públicos. Tornando as relações públicas “área fundamental e imprescindível para corporações, marcas, produtos ou serviços que pretendem estar e se engajar no ambiente digital” (p. 107) e que esta está cada vez mais próxima do marketing e conseqüentemente aproximando a comunicação organizacional.

As tecnologias digitais, aliadas à comunicação e informação, possibilitam a migração dos relacionamentos para o ambiente digital, especialmente nas redes sociais, onde o consumidor se torna um “prosumer”. Como dito por Jenkins (2009), essa transformação não é apenas tecnológica, mas também cultural e social,

¹ “As relações públicas são, por via de regra, uma função estratégica que planeja, executa e avalia a comunicação de uma organização e seus relacionamentos com os mais diversos públicos.” (TERRA, 2015, p. 106).

alterando a lógica da indústria midiática e a forma como os consumidores processam a informação e o entretenimento.

Terra (2015) destaca a transformação da comunicação corporativa na cibercultura, utilizando estratégias do entretenimento para transformar consumidores em fãs. A convergência nesse cenário é tanto um processo corporativo quanto de consumidor, permitindo que o público vá ao encontro do conteúdo desejado, transformando-se de consumidor passivo em um consumidor ativo e, por vezes, interativo.

Assim a convergência tecnológica representa uma mudança nos modelos de propriedade dos meios de comunicação que favorecem essa interatividade. A plataforma Twitch permite através do entretenimento e da interatividade que o consumidor se torne um usuário-mídia, veremos adiante quais aspectos da Twitch auxiliam nesse processo fazendo uso da análise do canal CazéTV.

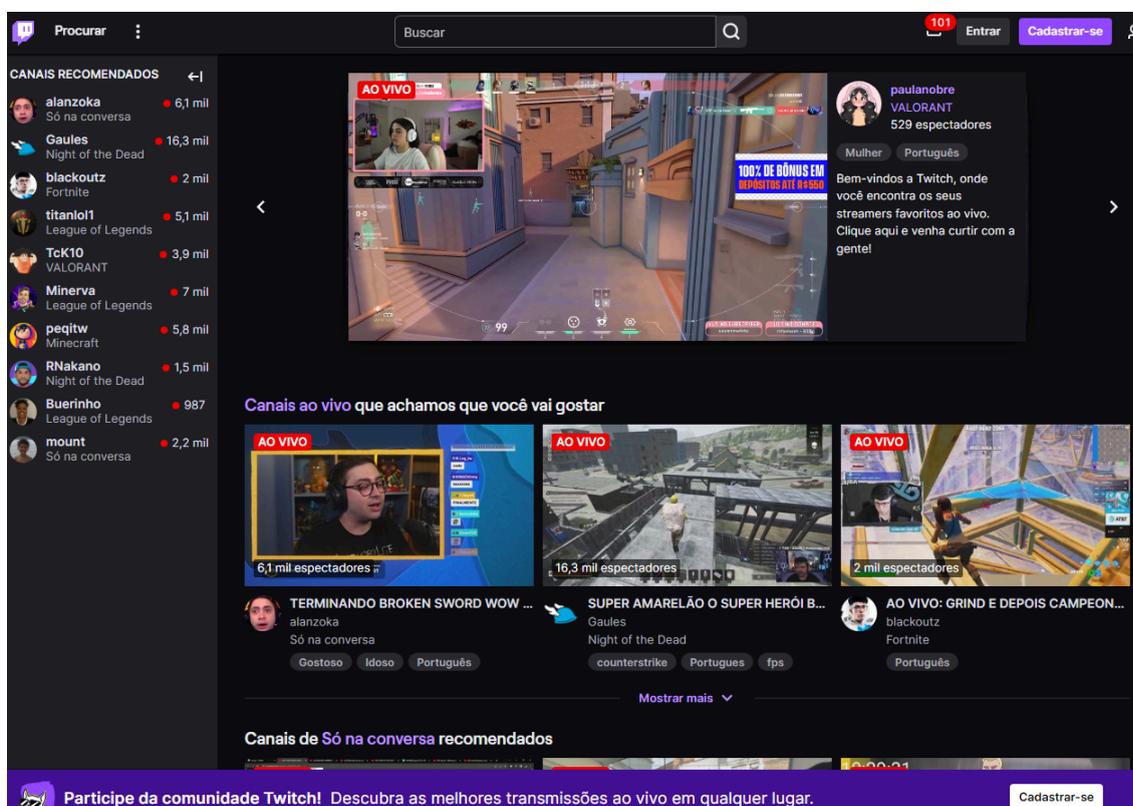
3. O STREAMING

O streaming é “[...] uma tecnologia que consiste na distribuição online de dados, por meio de pacotes. Nesse caso, não há armazenamento de conteúdo por parte do destinatário dos dados, ou seja, este é reproduzido na medida em que o usuário o recebe” (FRANCISCO, VALENTE ano, p. 267 apud SOUZA, 2019, p. 31), e sua distribuição pode ser realizada da seguinte forma:

Existem duas formas de streaming: live (“ao vivo”, em português) e on-demand (“sob demanda”, em português). No streaming on-demand, o conteúdo fica disponível para o usuário acessá-lo quando quiser. Já o streaming live é utilizado para a transmissão de eventos em tempo real, como concertos musicais e, claro, competições esportivas. (SOUZA, 2019, p. 31).

Dentre os meios de streaming, temos o serviço ofertado pela Amazon, a plataforma Twitch, inicialmente chamada de Justin.TV, que foi criada em 2007 por Justin Kan como uma startup para o seguimento de livestream, até a aquisição da Amazon.com em 2013, por US\$ 970 milhões, quando passou a ser operada pela subsidiária Twitch Interaction (INSIDER, 2014 apud MOREIRA, 2022).

Imagem 1: Página inicial da plataforma

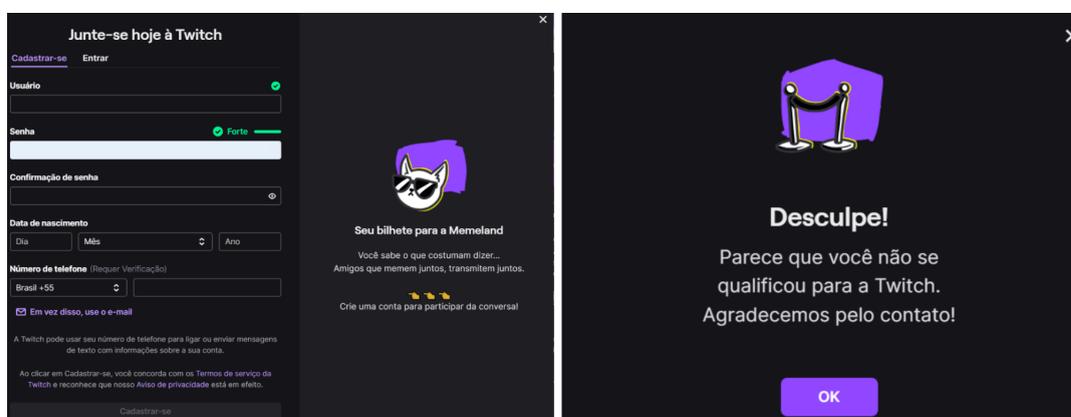


Fonte: captura de tela feita pela autora em 24 de nov. de 2023.

3.1. A interação na plataforma da Twitch

A Twitch oferta seus serviços em multiplataformas como: computadores, através do site; apps para smartphones e tablets; algumas smart tvs e videogames como Xbox e PlayStation. No ambiente da plataforma, é possível assistir às lives sem possuir cadastro ou estar conectado a sua conta. Entretanto, para que possa interagir com os conteúdos ou produzir os seus, é necessário que o usuário crie sua conta, sendo o requisito mínimo para a plataforma que o mesmo tenha 13 anos, conforme as diretrizes da plataforma Twitch, do contrário aparecerá a mensagem de “Desculpe!” (Imagem 2).

Imagem 2: Cadastro na plataforma



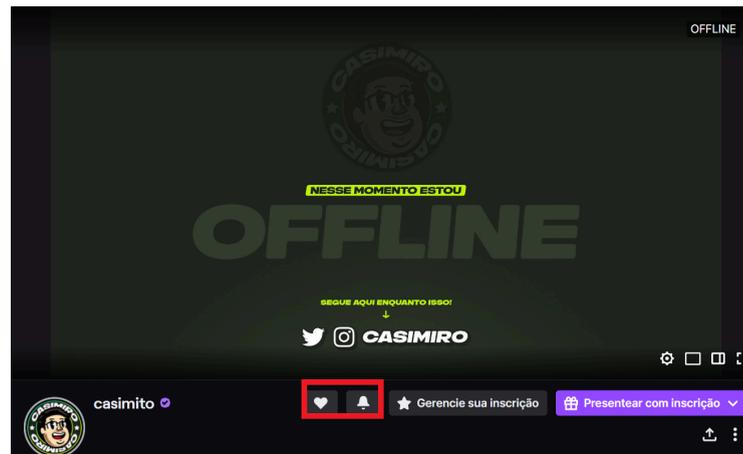
Fonte: captura de tela feita pela autora em 24 de nov. de 2023.

A Twitch, como plataforma de stream e rede social possui um ambiente virtual voltado para a interação entre os atores e o consumo das lives. Para que isso seja possível, a plataforma conta com um design de interface de fácil usabilidade e bastante intuitivo, que é capaz até mesmo de incentivar os espectadores a reagirem e clicarem nas ferramentas disponíveis. Assim como outras redes sociais, a interface e a arquitetura da plataforma influenciam diretamente na usabilidade dela pelos atores. (MOREIRA, 2022, p. 25)

A Twitch TV oferece diversas ferramentas de interação para os espectadores e os criadores de conteúdo. Essas ferramentas de interação contribuem para promover uma transmissão ao vivo envolvente e interativa, conectando os streamers com seus públicos. Algumas das principais ferramentas de interação incluem:

- Seguir e ativar as notificações: através dessas duas ferramentas o usuário receberá informações sobre o canal desejado.

Imagem 3: Ferramentas de interação - Seguir e Notificar



Fonte: captura de tela feita pela autora em 24 de nov. de 2023.

- Chat: os usuários podem interagir entre si e com os criadores de conteúdo, enviando mensagens em tempo real durante as lives e off streams;
 - Há alguns mecanismos que podem limitar o chat, porém esse deve ser gerenciado pelo streamer, são eles: modo lento, chat emote mode (apenas figurinhas), chat somente para inscritos.

Imagem 4: Ferramentas de interação - Chat



Fonte: captura de tela feita pela autora em 24 de nov. de 2023.

- Emotes: a plataforma possui diversos "emotes", porém esses também podem ser personalizados, os usuários podem usar para expressar emoções e reações durante as lives.

- Os emotes podem ser personalizados pelos criadores como benefício para a sua comunidade de duas formas: pelo banco de emoticons do “BTTV”²;
- Streamers parceiros ou afiliados da plataforma recebem o benefício de personalizar seus próprios emotes para seus inscritos.

Imagem 5: Ferramentas de interação - Emotes



Fonte: captura de tela feita pela autora em 24 de nov. de 2023.

- Donations (doações) e Bits: Os usuários podem fazer doações em dinheiro ou bits (moeda da plataforma) para apoiar e interagir com os criadores;

² Extensão que pode ser ativada no Chrome para adicionar recursos a Twitch e ao Youtube. Disponível em: <https://bettertv.com/>>. Acesso em: 27 de novembro de 2023.

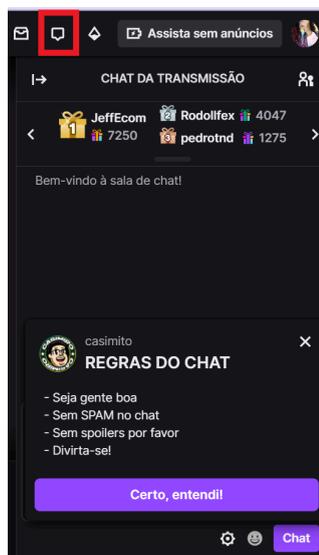
Imagem 6: Ferramentas de interação - Donations e Bits



Fonte: captura de tela feita pela autora em 24 de nov. de 2023.

- Suspiro: este por sua vez é o chat privado da plataforma;

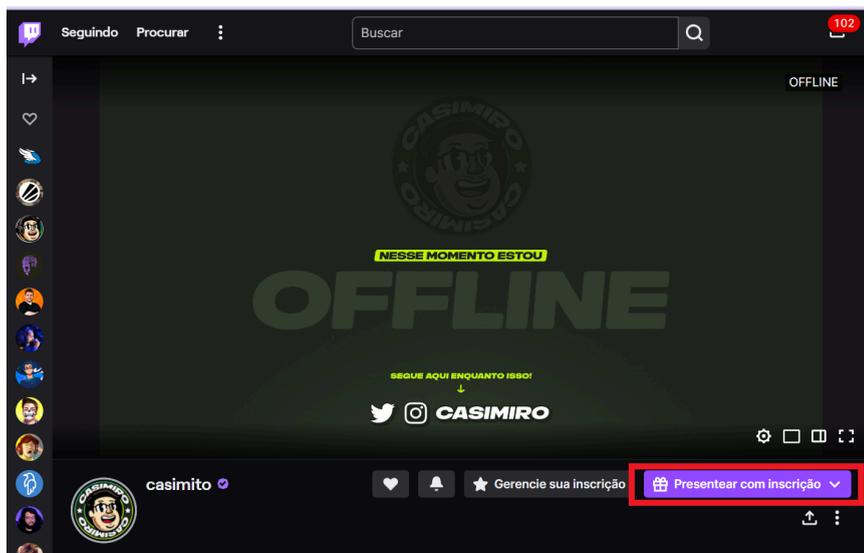
Imagem 7: Ferramentas de interação - Suspiro



Fonte: captura de tela feita pela autora em 24 de nov. de 2023.

- Subscription (assinatura): os usuários da Twitch podem se inscrever nos canais dos criadores e em troca ter acesso a benefícios especiais;

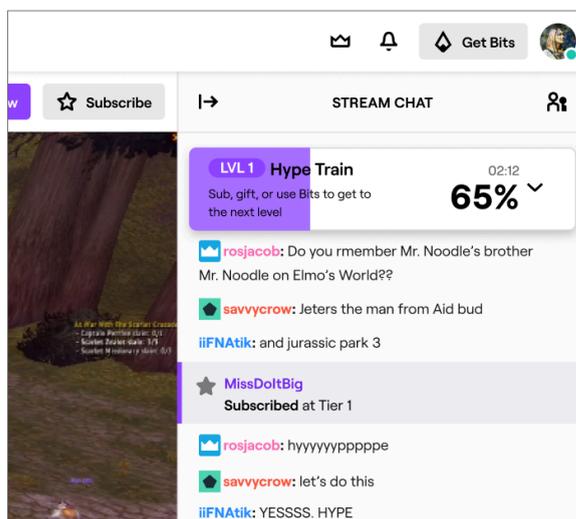
Imagem 8: Ferramentas de interação - Inscrição



Fonte: captura de tela feita pela autora em 24 de nov. de 2023.

- Hyper train: é um recurso ativado pela comunidade, por meio de doações, inscrições e donates, durante um curto período de tempo. A própria comunidade pode monitorar o tempo e o nível em que o trem está, sendo o nível mais alto o 5º.

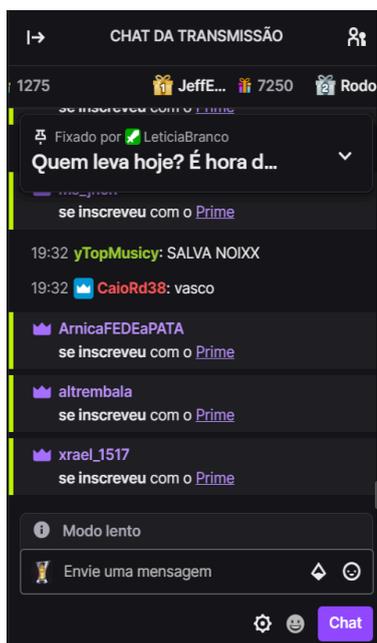
Imagem 9: Ferramentas de interação - Hype Train



Fonte: captura de tela feita pela autora em 24 de nov. de 2023.

- Mensagem Fixada e “!”: o criador de conteúdo pode gerenciar comunicados e informações que deseja passar para o seguidor, elas são ativadas de tempos em tempos seguindo as configurações previamente selecionadas.

Imagem 10: Ferramentas de interação - Mensagem Fixada



Fonte: captura de tela feita pela autora em 24 de nov. de 2023.

Para além das ferramentas de interação, a plataforma permite o uso de softwares externos para também disponibilizar a aplicação de extensões externas como o Twitch Giveaways Reloaded, ou ainda desenvolver sua própria extensão pelo site “dev.twitch.tv.”, fica a critério do streamer ver o que é melhor para sua live e sua comunidade.

Tais ferramentas propiciam uma interação dinâmica e participativa entre os espectadores e os criadores de conteúdo na plataforma Twitch. Os autores Benazzi e Barbosa (2023) apontaram que a comunicação na plataforma vai além da simples transmissão de conteúdo, tornando-se uma experiência social e participativa e que o senso de comunidade pode ser a maior motivação por trás das inscrições em canais.

A Twitch não apenas oferece um espaço para o consumo de conteúdo, mas também cria uma comunidade virtual onde a interação, a participação e o senso de pertencimento desempenham um papel central. Isso evidencia a importância da plataforma não apenas como meio de entretenimento, mas também como um canal eficaz para estabelecer e fortalecer relações públicas digitais, conectando marcas, criadores de conteúdo e público.

Nos tópicos seguintes apresentaremos o objeto de análise da pesquisa, “canal CazéTV”, e analisaremos algumas interações ocorridas no chat do mesmo durante transmissões realizadas na plataforma Twitch.

3.2. NA PRÁTICA

3.2.1. Casimiro Miguel

Casimiro Miguel Vieira da Silva Ferreira, também conhecido como Cazé, nasceu na cidade do Rio de Janeiro em 20 de outubro de 1993. Ele trabalhou como apresentador e comentarista esportivo no canal Esporte Interativo, atualmente TNT Sports, e no programa SBT Sports Rio, na filial carioca do SBT.

Cazé começou seu canal na Twitch em 2018, porém foi durante a pandemia em 2021 que começou a fazer lives diárias, onde faz reacts de diversos conteúdos, mesmo ano em que foi premiado a Personalidade do Ano no Prêmio eSports Brasil, na categoria "Twitcher do Ano". Como dito por Matheus Teixeira:

[...] o *streamer* Casimiro, se destacou, trazendo uma nova fórmula de como transmitir o futebol, diferente do formato tradicional, onde trouxe câmeras apontadas para o rosto da equipe de transmissão (Narradores e Comentaristas), buscando captar reações, como também, trazendo uma maneira mais divertida de se conduzir a transmissão, utilizando de humor para fazer comentários, análises e inclusive reportagens. (TEIXEIRA, 2022, p. 9)

Imagem 11: Streamer Casimiro Miguel



Reprodução: CazéTV.

Eleito o Homem do Ano de 2022 pela revista QG Brasil, atualmente Casimiro soma mais de 12,7 milhões de inscritos em seus canais no YouTube e 3,7 milhões na Twitch, sendo eles: Casimiro; Que Papinho!; Casimito - Gols da Rodada; Cortes do Casimito [OFICIAL] e CazéTV.

3.2.2. LiveMode e o canal CazéTV

A CazéTV foi criada em novembro de 2022 em uma parceria do streamer e a agência LiveMode, sua criação foi pensada como forma de elaborar soluções únicas de transmissões para entidades esportivas, tendo a Copa do Mundo FIFA 2022 como primeiro projeto.

Imagem 12: Parceria entre Casimiro e LiveMode



Foto: reprodução da internet.

A LiveMode é uma agência de Marketing Esportivo, que tem como objetivo “conectar o esporte ao mundo digital”³, entre suas funções destacam-se: o gerenciamento de direitos com TVs e plataformas digitais, produção de conteúdo ao vivo sob demanda, projetos personalizados e fortalecimento das relações com entidades esportivas.

Durante sua trajetória, o canal CazéTV já transmitiu mais de 10 eventos esportivos, dentre eles temos: Copa do Mundo de Futebol Masculino 2022; Copa do Mundo Feminina 2023; Bundesliga (Liga profissional de futebol Alemão); Campeonato Brasileiro de Futebol (Brasileirão 2023), em jogos eem que o time

³ LIVEMODE. Disponível em: <<https://www.livemode.com/>>. Acesso em: 07 de maio de 2023.

Athletico Paranaense é o mandante⁴; Mundial de Ginástica Rítmica; Mundial de Ginástica Artística; Jogos Paralímpicos de 2023 e os Jogos Pan-Americanos de 2023.

Imagem 13: Identidade visual CazéTV



Foto: reprodução da internet.

A escolha da CazéTV como objeto para a análise do presente trabalho se deu através do sucesso de suas transmissões na Copa do Mundo de Futebol Masculino entre os meses de novembro e dezembro de 2022, tal sucesso é resultado da proposta de inovação e entretenimento nas transmissões esportivas no ambiente digital, indo de encontro com o proposto pela LiveMode em seu site: “trabalhar com as entidades esportivas em soluções únicas para suas transmissões.” (LiveMode, 2023)⁵.

⁴ O mandante é definido pela “Lei do Mandante”, Lei 14.205/21, que altera o modo com que os direitos de transmissões desportivas são negociados no Brasil. <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/ato2019-2022/2021/Lei/L14205.htm>. Acesso em: 20 de outubro de 2023.

⁵LIVEMODE. CazéTV. Disponível em: < <https://www.livemode.com/cazetv>>. Acesso em: 07 de maio de 2023.

Imagem 14: Matéria sobre as transmissões da Copa do Mundo de Futebol Masculino



Reprodução: Portal Terra.

Imagem 15: Matéria sobre as transmissões da Copa do Mundo de Futebol Masculino



Reprodução: Jornal Jovem Pan.

Em entrevista ao UOL⁶ em maio deste ano Fábio Medeiros, diretor da LiveMode disse:

O Cazé é um ícone, e a Cazé TV trouxe algo que vem muito dele, mas traz uma linguagem por trás disso. A gente já teve transmissões da Cazé TV em que ele não estava: Botafogo x Flamengo, quando estava de férias, e ainda assim a transmissão foi um sucesso. Claro que ele não vai poder estar em todo lugar o tempo inteiro, mas traz essa linguagem que é um grande

⁶TRASKINY, Eder. CazéTV sem Casimiro? Diretor fala sobre futuro e vê concorrência mais forte. UOL, Futebol. São Paulo, 03 de maio de 2023. Disponível em: <<https://www.uol.com.br/esporte/futebol/ultimas-noticias/2023/05/03/cazetv-pode-existir-sem-caze-diz-diretor-que-preve-concorrencia-surgindo.htm>>. Acesso em: 06 de nov. de 2023.

legado desse projeto. Nasceu centralizado na presença dele, mas estamos trazendo outros talentos que tem uma linguagem parecida. É muito mais um conceito do que uma personificação do Cazé. Mas claro que ele curte para caramba participar e vai querer estar em muita coisa

A entrevista enfatizou a flexibilidade da plataforma, evidenciada pelo sucesso de transmissões mesmo na ausência do criador, e a intenção de expandir a participação de outros talentos, preservando a essência e legado do projeto.

3.3. Transmissões da CazéTV na Twitch

As transmissões do canal CazéTV ocorrem ao vivo pelo Youtube, onde opera com o nome da organização, e no serviço de stream Twitch, nos perfis “Casimito” e CazéTV_”, porém o mesmo também pode ser acessado na forma on-demand, uma vez que permanece salvo nos serviços, entretanto é importante ressaltar que na Twitch o tempo de hospedagem das transmissões antigas é de 60 dias⁷.

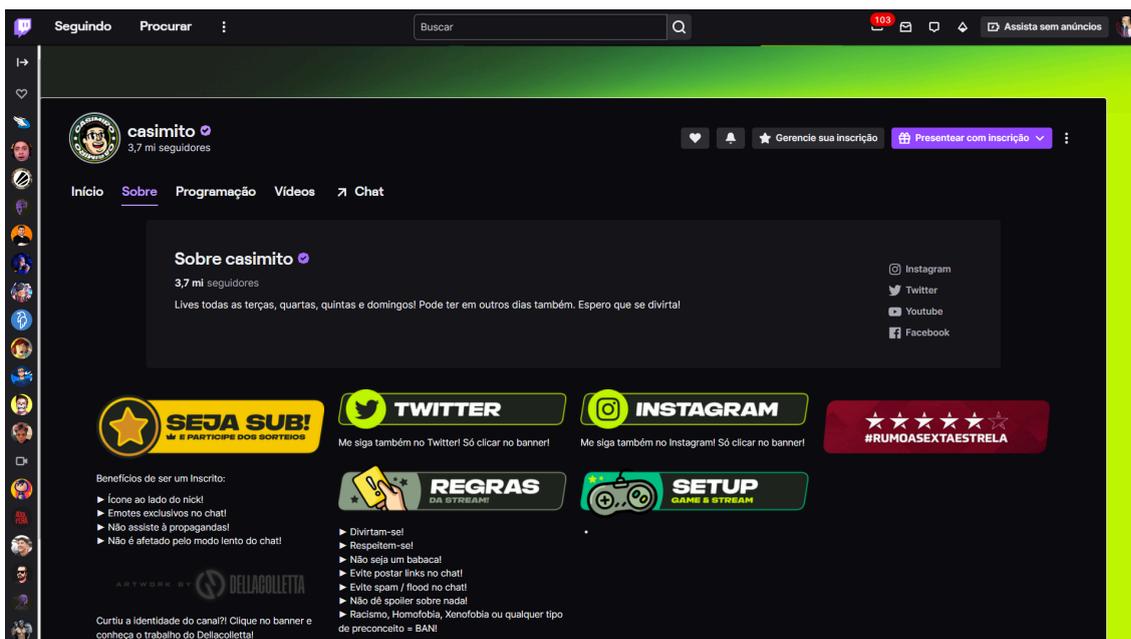
Sendo a inscrição R\$ 7,99 na Twitch e R\$ 1,90 no Youtube⁸, ambos serviços permitem que o streamer ajuste quais as transmissões que serão limitadas aos usuários antes de iniciá-las, não prejudicando a entrega dos demais serviços prestados pelo canal. Para a análise, faremos a delimitação de plataforma, optando pela Twitch, a escolha se dá em razão das múltiplas ferramentas de interatividade presente nela.

O “Casimito” é o canal principal, que conta com 3,7 milhões de seguidores e começou com o próprio Casimiro Miguel em suas lives durante a pandemia, inicialmente as transmissões eram feitas exclusivamente nele por dois fatores: 1) foi por meio dele que o público chegou às transmissões, assim não causaria confusão e/ou evasão e 2) o user @cazétv já estava em uso na plataforma. O canal também conta com emotes exclusivos para os inscritos. Outra questão importante é que os jogos de um de seus contratantes, o Club Athletico Paranaense, são transmitidos exclusivamente nele, mas para que o espectador tenha acesso a esse conteúdo ao vivo é necessário inscrever-se no mesmo.

⁷ Esse período contempla “A maioria dos Parceiros da Twitch e usuários dos serviços Prime e Turbo terão suas transmissões anteriores salvas por 60 dias antes de serem excluídas. Todos os demais streamers terão suas transmissões anteriores salvas por **7 dias*** antes de serem excluídas.” (TWITCH, 2022).

⁸ PARANÁ PORTAL, Athletico renova parceria com Casimiro para jogos do Brasileirão; veja os preços. Esportes, 09 de fevereiro de 2023. Disponível em: <<https://paranaportal.uol.com.br/esportes/athletico-renova-parceria-com-casimiro-para-jogos-do-brasil-eirao>>. Acesso em: 10 de novembro de 2023.

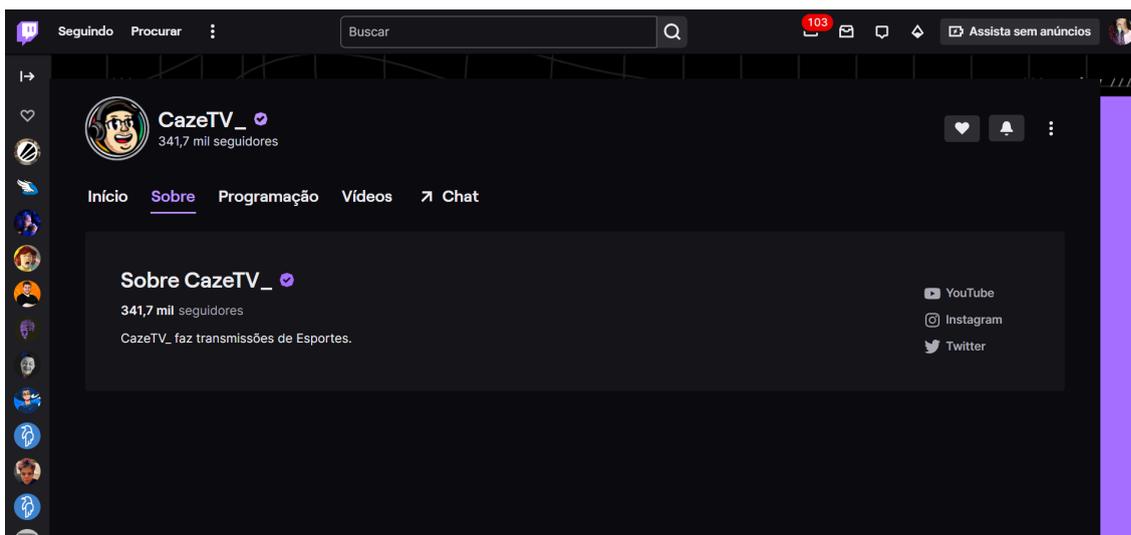
Imagem 16: Informações do canal “Casimito” na Twitch



Fonte: captura de tela feita pela autora em 24 de nov. de 2023.

Já o “CazéTV_” possui 341,7 mil seguidores e vem para complementar a entrega de conteúdo, um detalhe importante é que o canal não apresenta opção para se tornar inscrito ou membro, o conteúdo é gratuito porém não conta com acesso às transmissões antigas e nem a emotes personalizados.

Imagem 17: Informações do canal “CazéTV_” na Twitch



Fonte: captura de tela feita pela autora em 24 de nov. de 2023.

O uso de dois canais na plataforma roxinha se faz necessário durante as transmissões de grandes eventos esportivos como o do Pan Americano, onde mais

de uma modalidade acontecem ao mesmo tempo, ou ainda quando há conflito de horário, como ocorrido no jogo Athletico Paranaense x São Paulo e no 9º dia de Pan no dia 29 de outubro deste ano, uma vez que a mesma não permite que mais de uma live seja feita simultaneamente, diferentemente do Youtube.

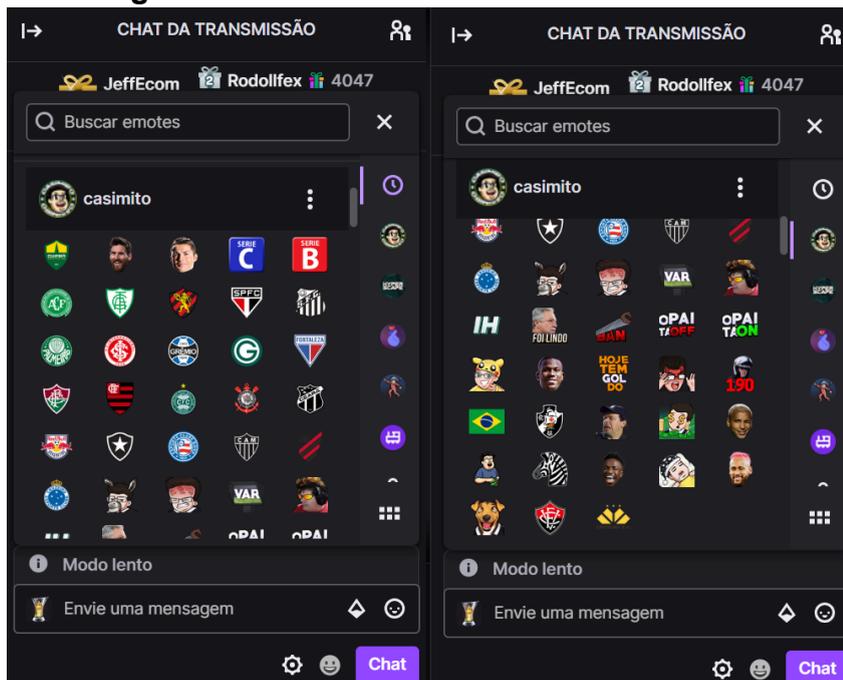
Os inscritos no canal têm acesso a distintivos de identificação (Imagem 18), emotes (Imagem 19) e regalias, como poder assistir a todas as transmissões sem interrupções de anúncios durante as mesmas e participar de sorteios de camisetas de times (Imagem 20), o sorteio é feito dentro da plataforma Twitch através dos filtros de mensagens do chat usando a extensão Twitch Giveaways Reloaded.

Imagem 18: Benefícios dos inscritos



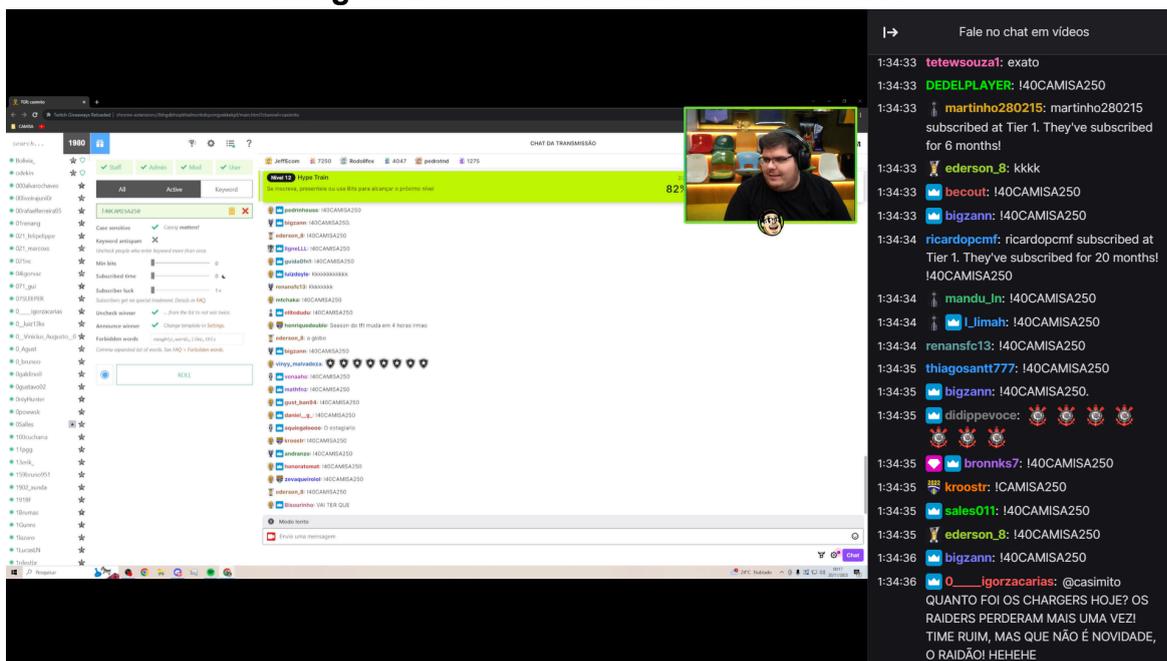
Fonte: captura de tela feita pela autora em 24 de nov. de 2023.

Imagem 19: Emotes do canal “Casimito”



Fonte: captura de tela feita pela autora em 24 de nov. de 2023.

Imagem 20: Sorteio realizado durante live



Fonte: captura de tela feita pela autora em 24 de nov. de 2023.

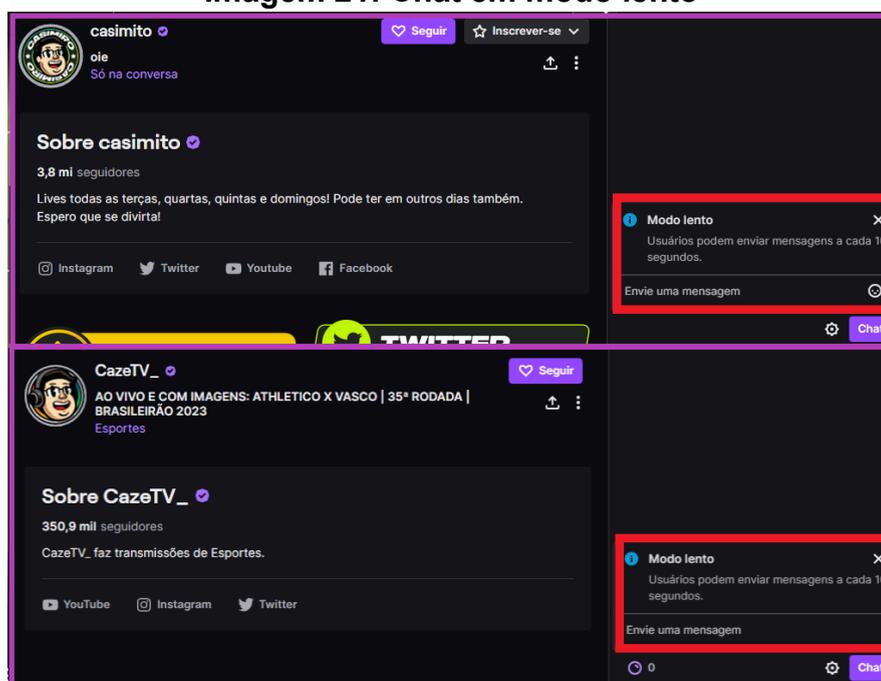
3.4. Análise

Seguindo a análise de Jean Moreira (2022), nos tópicos seguintes, faremos um recorte a partir do eixos propostos pelo mesmo "interação entre criador e público e interação entre o público." (p. 56) e acrescentarmos um nomeado por mim de

“interação entre moderador-público e público-moderador”, com o objetivo de identificar e analisar alguns dos episódios internacionais mais recorrentes nas lives do CazéTV.

As interações podem ocorrer a qualquer momento da live, porém há alguns detalhes que podem imperar sobre esta ação. Em nenhum dos canais, há a imposição de condições pré-definidas para que se possa participar do chat da transmissão, mas ferramentas como a de limitação do chat ou da transmissão podem vir a acontecer dependendo do momento da transmissão ou do conteúdo dela, como o de “chat lento” (Imagem 21) quando há um grande fluxo de mensagens ou de “transmissão exclusiva para inscritos” como no caso de jogos do Athletico PR, mencionado anteriormente.

Imagem 21: Chat em modo lento



Fonte: captura de tela feita pela autora em 24 de nov. de 2023.

As amostras de interações que serão analisadas nos tópicos seguintes ocorreram durante as transmissões dos jogos Pan Americanos de 2023, entre os dias 25 a 31 de outubro, e de uma live das lives semanais onde o apresentador assiste com o chat os melhores momentos dos jogos de Eliminatórias da Copa do Mundo da Fifa 2026, da final do Campeonato Paulista Feminino de 2023, da 37ª rodada do Campeonato Brasileiro na série B de 2023 e as tabelas das séries A e B do Brasileirão.

3.4.1. Interação entre streamer e público

As interações com o streamer foram as mais difíceis de capturar em imagens em decorrência do grande fluxo de mensagens, porém reunimos alguns recortes que mostram essa comunicação direta com o público. Nos momentos iniciais das lives e finais das lives sempre ocorre uma atenção especial para com o chat (Imagem 22 e Imagem 23).

Imagem 22: Momentos iniciais da live



Fonte: captura de tela feita pela autora em 19 de nov. de 2023.

Imagem 23: Momentos finais da live



Fonte: captura de tela feita pela autora em 19 de nov. de 2023.

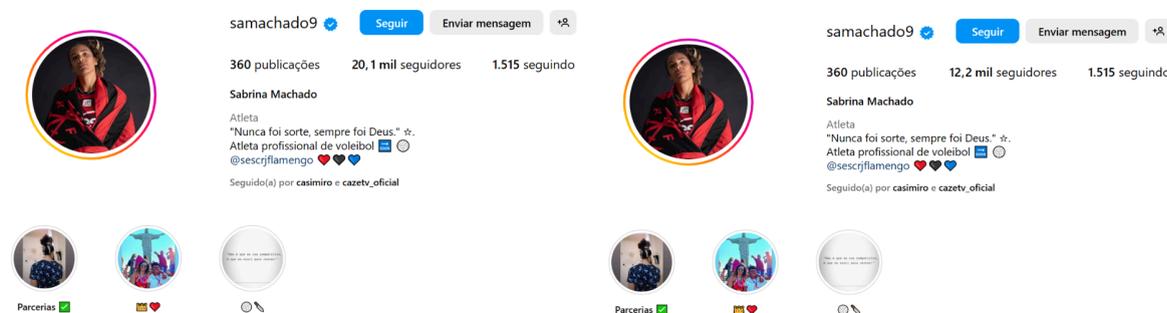
Já no momento abaixo, o apresentador divulgou o Instagram de uma das maiores pontuadoras no jogo de vôlei entre Brasil e México, o retorno do chat foi expressivo indo de 12 mil seguidores, para 20 mil em questão de minutos.

Imagem 24: Divulgação durante live



Fonte: captura de tela feita pela autora em 25 de out. de 2023.

Imagem 25: Divulgação durante live

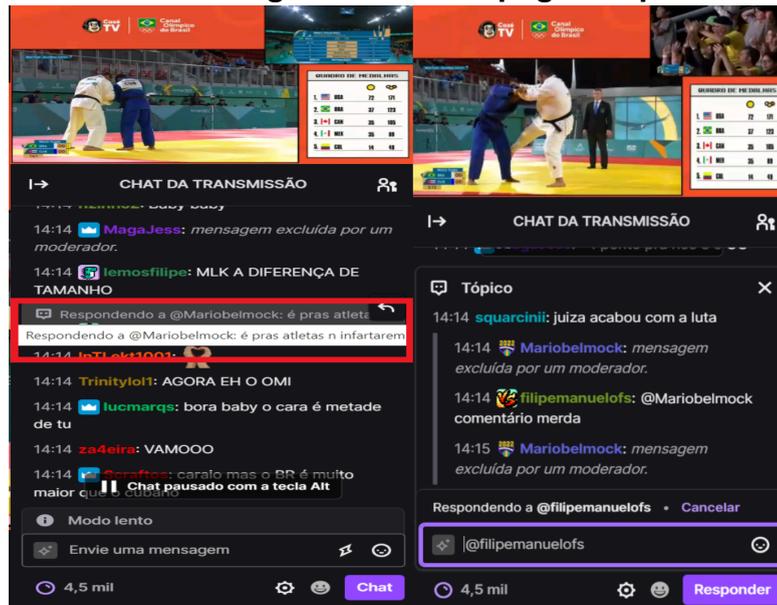


Fonte: captura de tela feita pela autora em 25 de out. de 2023.

3.4.2. Interação entre moderador-público e público-moderador

Os moderadores do chat são funcionários do canal, eles são responsáveis por manter a ordem e de certa forma filtrar o que pode vir a ser “pescado” pelo streamer no chat, tirar dúvidas e ou apagar mensagens que descumprem as regras do chat, como o ocorrido nessa interação público-público (Imagem 26). Eles também podem ser procurados pelo usuário no “sussurro” quando notam que alguma mensagem não vai ao encontro dos valores permitidos na comunidade.

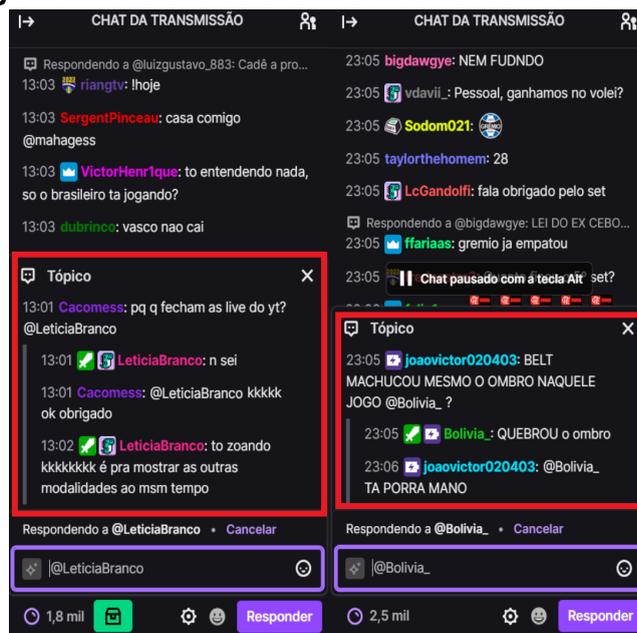
Imagem 26: Comentários gordofóbicos apagados por um moderador



Fonte: captura de tela feita pela autora em 31 de out. de 2023.

Na imagem abaixo, podemos visualizar duas interações, no primeiro caso, à esquerda, a moderadora tira uma dúvida do usuário sobre as lives realizadas na outra plataforma (Youtube) com tom humorado, essa interação funciona como um atendimento ao público. Já na interação da direita, o usuário procura diretamente o moderador para saber sobre um dos apresentadores e comentaristas do canal, Guilherme Beltrão, que estava com o braço imobilizado por uma tipóia durante a transmissão.

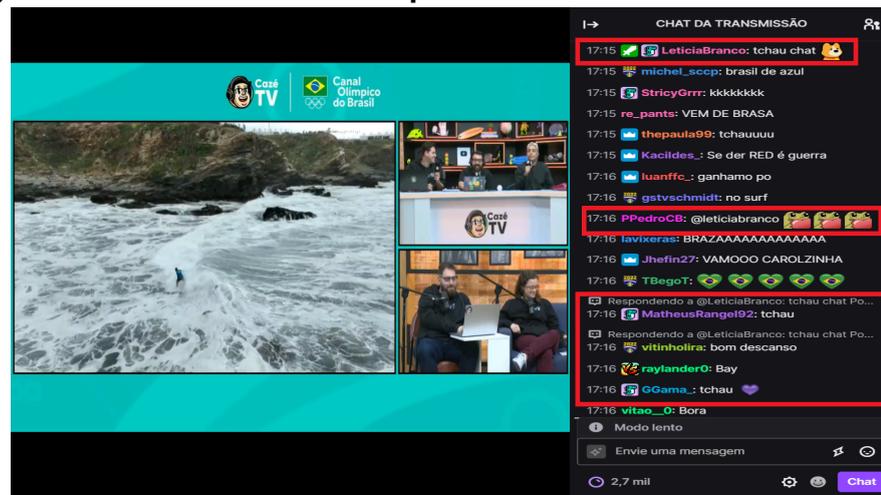
Imagem 27: Públicos tiram dúvidas com moderados



Fonte: captura de tela feita pela autora em 25 de out. de 2023.

No chat, a moderação pode ser vista também como uma figura de influência, suas mensagens possuem destaque para que o apresentador a veja mais facilmente, assim quando o moderador interage com o streamer e obtém resposta, o espectador sabe que pode vir a ser respondido. Tal ação ocorre também com fãs influentes, as figurinhas carimbadas, geralmente usuários já inscritos no canal que estão quase sempre no chat. Inclusive, foi assim que parte dos moderadores de Cazé foram contratados para essa função.

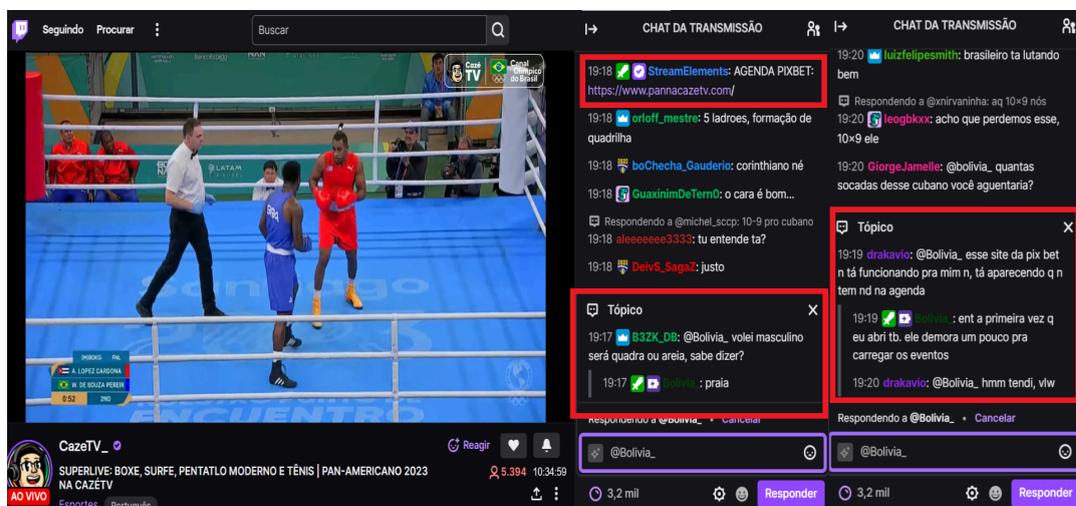
Imagem 28: Moderadora se despede do chat na troca de turno



Fonte: captura de tela feita pela autora em 26 de out. de 2023.

É possível notar que uma das duas dúvidas presentes nas interações abaixo surge a partir de uma mensagem automática disparada pelo StreamElements.

Imagem 29: Moderador responde dúvidas acerca do patrocinador

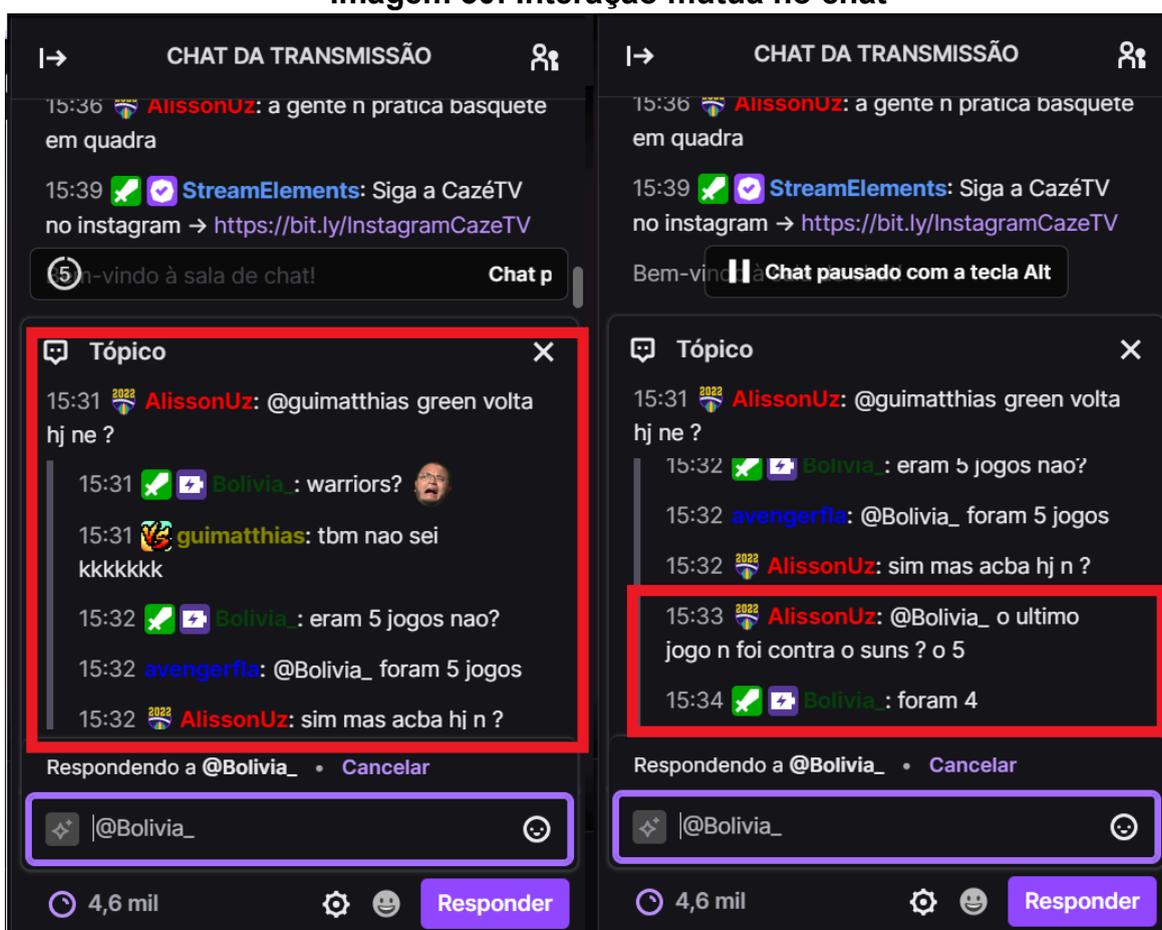


Fonte: captura de tela feita pela autora em 27 de out. de 2023.

3.4.3. Interação entre o público

Nessa interação, o espectador responde uma dúvida de outro utilizando uma ferramenta, o símbolo “!” na plataforma é um mecanismo que permite que o canal disponibilize informações, comumente utilizado para tirar dúvidas recorrentes ou informar sobre algum evento, gerenciada pelo canal CazéTV a “!hoje” mostrava no cronograma quais jogos do Pan Americano seriam transmitidos.

Imagem 30: Interação mútua no chat



Fonte: captura de tela feita pela autora em 25 de out. de 2023.

Isso se dá através do senso de comunidade, os autores Benazzi e Barbosa (2023) apontaram que o senso de comunidade pode ser a maior motivação por trás das inscrições em canais, onde os "Conteúdos únicos em uma transmissão específica e o prazer de interagir com a comunidade de uma transmissão e participar dela foram previamente identificados como razões para o engajamento em streams" (HAMILTON; GARRETSON; KERNE, 2014, apud Benazzi; Barbosa, 2023, p. 174), assim através do sentimento de pertencimento, de fazer parte de uma

comunidade, conferem a participação e interação do usuário, tornando não só um consumidor do canal, como também um produtor, o chamado consumidor profissional (CARVALHO; BARICHELLO, 2013 apud TERRA, 2015).

Na análise detalhada das interações na Twitch, percebemos que a plataforma se destaca por proporcionar um ambiente de comunicação dinâmico e participativo entre os criadores de conteúdo e seu público. A interação entre o streamer e o público é evidenciada pelos momentos dedicados à atenção ao chat e os moderadores desempenham um papel fundamental na intermediação entre o streamer e o público, contribuindo para a gestão da comunidade e a qualidade das interações.

Nas relações públicas, o contato com o público se estabelece de maneira mais imediata e personalizada na Twitch, o chat se torna o principal meio de contato e interação durante as transmissões ao vivo, por meio dele os espectadores podem enviar mensagens em tempo real, expressar emoções através de emotes personalizados e participar ativamente das discussões promovidas pelos criadores de conteúdo, assim, promovendo um diálogo direto e instantâneo entre os streamers e sua audiência. As ferramentas como chat, emotes, subscriptions, e outros recursos contribuem para fortalecer o vínculo emocional entre os criadores e seus seguidores, proporcionando uma interação mais próxima e envolvente.

A interatividade vai além do simples consumo passivo de conteúdo, transformando a Twitch em um espaço virtual onde os espectadores se tornam parte ativa do processo, influenciando diretamente na dinâmica das transmissões. Dessa forma, a plataforma proporciona uma experiência envolvente e colaborativa, estabelecendo laços mais fortes entre criadores e suas comunidades, e evidenciando a importância das ferramentas de interação na construção de relacionamentos sólidos no ambiente digital.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Embora impulsionada pelos avanços tecnológicos e fomentada pelos interesses lucrativos dos grandes conglomerados, a efetividade do consumo de conteúdos audiovisuais e a interatividade nas plataformas de livestreams dependem fundamentalmente da disposição do público em consumir, interagir e, por vezes, produzir tais conteúdos.

Após análise das interações, é evidente que a ascensão da comunicação digital, exemplificada pelo canal CazéTV, tem desempenhado um papel crucial na transformação da experiência do público no entretenimento audiovisual. A dinâmica participativa e instantânea proporcionada pela plataforma Twitch não apenas reconfigura a relação tradicional entre criadores de conteúdo e audiência, mas também redefine os padrões de interação na esfera das relações públicas digitais.

Assim, as relações públicas e a sua fácil adaptabilidade estão com o foco voltado para a relação e fidelização de uma organização com seus públicos, onde a aplicação dos princípios de Relações Públicas Digitais são essenciais para fortalecer os laços com o público e a marca, ampliar o alcance e proporcionar experiências personalizadas e conduzir o crescimento das relações e interações entre consumidores e marcas.

A comunicação digital, alinhada às práticas de relações públicas, cria um ambiente propício para a interação ativa dos espectadores, enriquecendo a experiência de entretenimento. No contexto do streaming, a comunicação digital possibilita transmissões ao vivo, elevando a interatividade e a formação de comunidades em torno de conteúdos específicos.

Deste modo, a Twitch destaca-se como uma plataforma que proporciona um contato direto e envolvente com o público-alvo, ela proporciona uma interação dinâmica e participativa entre criadores de conteúdo e público, que fortalece os laços emocionais e constrói relacionamentos sólidos no ambiente digital.

Em conclusão, a comunicação digital não apenas transforma a experiência do público no entretenimento, mas também depende ativamente da participação e engajamento do público para atingir seu pleno potencial. Essa interação entre avanços tecnológicos, estratégias de comunicação e a resposta do público cria um panorama abrangente das possibilidades contemporâneas no campo do entretenimento audiovisual.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BENAZZI, João Renato de Souza; BARBOSA, Luiz Felipe Milazzo. **Streaming ao vivo: uma análise das motivações para inscrição em canais da plataforma Twitch**. ESPM-Rio, Diálogo com a Economia Criativa. Rio de Janeiro, v. 8, n. 23, p. 168-183, mai./ago. 2023.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. Volume I, 6ª edição. Tradução de Roneide Venâncio. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, Coleção Cibercultura, 2011.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. 2ª edição. Tradução de Susana Alexandria. São Paulo: Aleph, 2009.

LiveMode & CazéTV. Disponível em: <<https://www.livemode.com/cazetv>>. Acesso em: 07 de maio de 2023.

MOREIRA, Jean Marcos Laveriano. **Lives na Twitch : análise dos canais de games como dispositivos interacionais**. Monografia (Graduação em Publicidade e Propaganda) – Faculdade de Comunicação – Universidade de Brasília, 2022.

SANTAELLA, Lucia. **Da cultura das mídias à cibercultura: o advento do pós-humano**. Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia, Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Faculdade de Comunicação Social / PUCRS, Porto Alegre, v. 1, n. 22. Porto Alegre, 2003.

SANTAELLA, Lucia. **Comunicação e pesquisa: projeto de mestrado e doutorado**. 2ª edição. São José do Rio Preto, SP: Editora Bluecom Comunicação, 2010.

SOUZA, Marcelo Cardoso. **Possibilidades e Limites do uso do streaming em transmissões esportivas: uma reflexão à luz do conceito de atualidade**

mediática. Monografia (Graduação em Jornalismo) – Faculdade de Comunicação – Universidade de Brasília, 2019.

TEIXEIRA, Mateus Yoichi Seko. **Gol de Placa: como Casimiro impactou as transmissões futebolísticas.** Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda) - Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2022.

TERRA, Carolina Frazon. **Relacionamentos nas mídias sociais (ou relações públicas digitais): estamos falando da midiatização das relações públicas?.** São Paulo, SP: ORGANICOM, Dossiê, ANO 12 – N. 22 – 1º. SEM. 2015.

TWITCH TV. Help. Disponível em: <https://help.twitch.tv/s/?language=pt_BR>. Acesso em: 09 de novembro de 2023.

TWITCH TV. About. <<https://www.twitch.tv/p/pt-br/about/>>. Acesso em: 09 de novembro de 2023.