



Evento: III Seminário Acadêmico da Graduação UNIJUÍ

ENTRE INFLUENCIADORES E CONSUMIDORES: A TWITCH COMO ESPAÇO DE CULTURA E CONSUMO ONLINE¹

**Felipe Cardoso Casarin², Gustavo Maxsuel de Barros³, Isabela Thaise Freitas Osorio⁴,
Laura Pasche Londero⁵**

¹ Trabalho desenvolvido na disciplina de “Projeto Integrador: Comunicação, Mídia, Cultura e Consumo” do curso de Publicidade e Propaganda e Jornalismo da UNIJUÍ.

² Estudante do curso de Publicidade e Propaganda; professora Gisele Corrêa Noll

³ Estudante do curso de Publicidade e Propaganda

⁴ Estudante do curso de Publicidade e Propaganda

⁵ Estudante do curso de Publicidade e Propaganda

O presente trabalho tem como principal objetivo analisar a plataforma Twitch e seu sistema de influenciadores e consumidores da própria plataforma, analisando de maneiras diferentes os nichos e os estilos de conteúdo que impactam na cultura digital e os hábitos de consumo. A Twitch, enquanto uma plataforma de *streaming* ao vivo, possibilita a criação de comunidades engajadas, onde os usuários interagem não apenas com os criadores de conteúdo, mas também entre si, construindo identidades e algumas práticas culturais específicas. Na primeira fase do estudo, a metodologia foi a pesquisa bibliográfica, baseando-se na revisão teórica sobre a cultura digital, consumo e plataformização a partir dos conceitos de hibridização cultural e consumo cultural (Canclini, 1995) e de plataformização e economia da atenção (D’Ándrea, 2020), e um estudo exploratório a partir de análise de perfis e transmissões de influenciadores, observando padrões de engajamento, tipos de conteúdo e características do público. Observa-se que a Twitch organiza as comunidades de nichos altamente interativos, promovendo a construção de identidades culturais *online*, o que pode impactar nos padrões de consumo digital. Ao mesmo tempo, algoritmos da plataforma direcionam visibilidade e interação, favorecendo conteúdos populares e impactando a diversidade cultural. A discussão evidencia que a plataforma intensifica a relação entre mídia, cultura e consumo, criando novas formas de sociabilidade e participação cultural, mas também apresentando limites na diversidade de vozes e conteúdos, tornando possível compreender que o funcionamento da Twitch e o comportamento de seus influenciadores e consumidores é essencial para analisar criteriosamente as transformações na cultura digital contemporânea, as dinâmicas de consumo e o papel das plataformas na organização de comunidades *online*. Esse fenômeno evidencia a importância de estratégias de engajamento que respeitem a diversidade e promovam a participação ativa do público. Assim, este estudo contribui para o entendimento da Twitch como um espaço que vai além do entretenimento, revelando-se como um fenômeno social e comunicacional. Ao mesmo tempo, abre caminhos para futuras pesquisas sobre o impacto das plataformas de *streaming* na formação de novas práticas culturais. Dessa forma, a análise reafirma a relevância de compreender criticamente o papel da plataforma Twitch no cenário digital contemporâneo.

Palavras-chave: Twitch. Influenciadores. Cultura digital. Plataformização. Consumo.