

Um estudo sobre interações e *affordances* nos *streamings*¹

Cristiane Turnes Montezano²

Carlos Pernisa Júnior³

Resumo

Este artigo se articula na busca por construir caminhos de análise de *affordances* em plataformas digitais de audiovisual. Seu objetivo é mapear as ações possibilitadas pelas plataformas de *streamings* audiovisuais para posteriores estudos acerca das agências dos espectadores/interatores nesses espaços. Para tanto, analisaremos as plataformas Globoplay e RTVEplay que mesclam transmissões simultâneas com conteúdo sob demanda através da metodologia de análise da Materialidade Audiovisual desenvolvida por Iluska Coutinho (2026).

Palavras-chave:

Comunicação; audiovisual; plataformização; *streaming*; interação.

Introdução

Nos últimos anos o número de *streamings* de vídeo cresceu exponencialmente, o número de assinantes globais desse tipo de serviço mais que dobrou de 2016 a 2020, como aponta a pesquisa realizada em 2020 pela Motion Picture Association – associação comercial que representa estúdios de cinema americanos como também a plataforma de *streaming* Netflix. Na análise realizada pela associação, o número de assinantes de plataformas de *streaming* saltou de 400 milhões para mais 1 bilhão, enquanto outras formas de consumo mantiveram-se estáveis, tiveram leve crescimento ou até apresentaram queda, caso da TV a cabo, que, nesse mesmo período, perdeu 2% de seus assinantes⁴.

¹ Trabalho apresentado no Painel Plataforma de comunicação de IA do XVIII Simpósio Nacional da ABCiber – Associação Brasileira de Pesquisadores em Ciberultura. Faculdade Cásper Líbero - FCL, realizado nos dias 11 a 13 de novembro de 2025.

² Doutoranda em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora (PPGCOM/UFJF). Bolsista PDSE Capes, c.turnes@hotmail.com

³ Doutor em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro. Professor membro permanente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM/UFJF), carlos.pernisa@ufjf.br

⁴ Informação retirada do site do revista Superinteressante: <https://super.abril.com.br/cultura/infografico-qual-o-streaming-com-mais-assinantes-no-mundo>

Diante disso acreditamos ser importante realizar pesquisas que busquem compreender aspectos desse modelo de distribuição de conteúdo audiovisual em ambiente digital e as características ligadas a esse ecossistema. E dentre as especificidades ligadas a esse ambiente, uma das características de destaque advindas do processo de digitalização é a possibilidade de interação que esse ambiente permite. Com isso em vista que esse estudo se inicia, nele buscamos investigar quais as possibilidades e recursos que os *streamings* disponibilizam à agência aos seus espectadores também interatores.

Para isso, tomamos como base os estudos os autores Thomas Poell, David Nieborg e José van Dijck (2020), que buscam entender as estruturas organizacionais no ambiente digital.

Para tanto eles apontam que um certo fenômeno chama a atenção o da construção de “infraestruturas digitais (re)programáveis que facilitam e moldam interações personalizadas entre usuários finais e complementadores, organizadas por meio de coleta sistemática, processamento algorítmico, monetização e circulação de dados” (POELL, NIEBORG E DIJCK, 2020, p. 4). Eles denominam de plataformas essas infraestruturas, dando a esse fenômeno o nome de *plataformização*.

Plataformização e suas dimensões

Nos estudos de plataformas Poell, Nieborg e Dijck pontuam que as diferentes perspectivas sobre *plataformização*, sugerem que esse processo se desenrola em três dimensões institucionais: *infraestruturas de dados, mercados e governança* (Poell, Nieborg e Dijck, 2020, p.5). Enquanto que para o pesquisador Carlos d’Andréa são cinco as dimensões importantes de serem mencionadas: “*Datificação e algoritmos*”; “*Infraestrutura*”; “*Modelos de negócio*”; “*Governança*”; “*Práticas e affordances*”(ANDRÉA, 2020, p. 25).

A dimensão relacionada a “*Datificação e algoritmos*” se refere ao gerenciamento do armazenamento e organização dos dados nas plataformas que são auto reguladas e possuem pouca transparência. Um ponto técnico das plataformas, mas que interfere em práticas sociais e econômicas. O autor reflete sobre as bases atuais e também a respeito das que precisam ainda ser desenvolvidas para que os dados existentes na rede sejam interpretados e tratados pontuando que o fato desses dados serem produzidos por bases não-humanas

Como é calculado o preço dinâmico das viagens da Uber? Por que uma dada publicidade é exibida para um perfil no Instagram? Por que as postagens de certas pessoas ou páginas não aparecem mais em um “feed de notícias” do Facebook? Essas são algumas das inúmeras situações em que os usos abusivos e pouco transparentes dos algoritmos nas plataformas online desestabilizam as relações e desencadeiam controvérsias. (ANDRÉA, 2020, p.33)

Já a “Infraestrutura” corresponde também a uma questão técnica, mas está mais ligada à estrutura tecnológica concreta, física e geográfica pelo qual os dados e fluxos da internet passam, pensando desde o buscador Google como ponto de acesso central ao conteúdo presente na web, até aos cabos submarinos que cortam os mares por onde os dados trafegam de um computador de um ponto a outro do mundo. (ANDRÉA, 2020)

Enquanto na dimensão de “Modelos de negócio” o olhar recai diretamente sobre os impactos econômicos dessas plataformas na sociedade, visto que elas se tornaram ambiente onde ocorrem movimentações financeiras que podem moldar a economia. Nelas há ganhos obtidos por exemplo através de assinaturas de *streamings* de áudio e de vídeo (Spotify, Netflix), monetização de vídeos no YouTube entre outras formas de ganho.

A automatização dos processos de compra e venda de espaços publicitários é um bom exemplo de como as plataformas se posicionam de forma multilateral. A consolidação da “mídia programática” (SILVEIRA; MORISSO, 2018) dá às plataformas infraestruturais uma posição privilegiada entre os atores do segmento. Na publicidade online, o crescimento exponencial de anunciantes e publishers – como blogs e portais – levou à formação de um complexo ecossistema de serviços que visa integrar a compra e venda descentralizada de anúncios (ANDRÉA, 2020, p.40)

Ainda há a “Governança”, dimensão política, jurídica e comercial que se relaciona ao estabelecimento das regras de funcionamento de cada plataforma.

Estabelecer regras, negociar condutas, identificar e decidir o que é ou não publicável: todas essas são ações ao mesmo tempo estratégicas e cotidianas que dão sustentação ao funcionamento de uma plataforma online. Para que, retoricamente, o Facebook ou o Twitter tentem se denominar espaços “abertos” ou “democráticos”, um extenso conjunto de regras, procedimentos incorporados às interfaces, algoritmos, moderadores humanos etc. atuam para garantir que um “bom uso” dos serviços prevaleça. Chama-se de governança de uma plataforma um conjunto heterogêneo de mecanismos e práticas de ordem técnica, política, jurídica e comercial que regulam seu funcionamento. (ANDRÉA, 2020, pp.41- 42)

Esse ponto provoca uma série de discussões, pois está atrelada ao controle e por algumas vezes falta de controle no que é veiculado em ambientes digitais, e pode resultar em disseminação de desinformação, por exemplo.

Por fim há a dimensão de “Práticas e affordances” é referente a agência do “usuário”, a apropriação que eles fazem dos recursos disponibilizados nas interfaces digitais, ou seja, uma observação sobre os impactos que as pessoas interatoras têm sobre as plataformas.

É com esse conceito em mente que buscaremos realizar nossa pesquisa, olhando mais especificamente para a dimensão “Práticas e affordances”.

Para tanto é importante explicar brevemente um pouco mais sobre o termo *affordance*.

Práticas e affordances

O termo *affordance* é um neologismo do verbo em inglês "*to afford*" que significa "permitir", "oferecer" como explica Gibson

As affordances do ambiente são o que ele oferece ao animal, o que ele fornece ou proporciona, para o bem ou para o mal. O verbo “to afford” (proporcionar) pode ser encontrado no dicionário, mas o substantivo affordance não. Eu o inventei. Com ele, quero dizer algo que se refere tanto ao ambiente quanto ao animal de uma forma que nenhum termo existente faz. Ele implica a complementaridade entre o animal e o ambiente.⁵ (GIBSON, 1986,p.127)

Para Gibson em nossa relação com o ambiente os objetos podem ter sugestões de sua utilização. O termo foi apropriado em diversos estudos e áreas, recebendo novos significados. E nesse processo foi utilizado pelo pesquisador Donald Norman em seu livro "O design do dia a dia" (1988) para tratar da relação entre homem-máquina. Focando no desenvolvimento de design que tivessem a melhor capacidade possível de sugestão de uso para uma melhor interação das pessoas com interfaces digitais.

existe o começo de uma psicologia de materiais e de coisas, o estudo de affordances de objetos. Quando usado nesse sentido, o termo affordance se refere às propriedades percebidas e reais de um objeto, principalmente as fundamentais que determinam de que maneira o objeto poderia ser usado. Uma

⁵ The affordances of the environment are what it offers the animal, what it provides or furnishes, either for good or ill. The verb to afford is found in the dictionary, but the noun affordance is not. I have made it up. I mean by it something that refers to both the environment and the animal in a way that no existing term does. It implies the complementarity of the animal and the environment. The antecedents of the term and the history of the concept will be treated later; for the present, let us consider examples of an affordance.

cadeira permite (“serve para”) suporte, portanto possibilita sentar-se. [...]As affordances fornecem fortes indicações para a operação de objetos. Chapas são para empurrar. Maçanetas são para girar. [...] Quando se tira proveito das affordances, o usuário sabe o que fazer apenas ao olhar: não são necessárias imagens ilustrativas, rótulos ou instruções. Objetos complexos podem exigir explicações, mas objetos simples não devem precisar delas. Quando objetos simples precisam de imagens, rótulos ou instruções, o design fracassou. (NORMAN, 2002, p.31)

Na perspectiva dos estudos de d’Andrea o termo está ligado às ações e práticas dos interiores com o ambiente digital. Porém antes de aprofundamentos de pesquisa ele destaca a importância e compreender as possibilidades que cada plataforma oferece.

Um aspecto fundamental dessa discussão é compreendermos que as affordances não estão definidas de antemão nem pelas especificidades materiais dos artefatos nem pelos modos como os artefatos são usados. As *affordances* se constituem nas relações estabelecidas entre um usuário e as materialidades disponíveis. Como aponta Bittencourt (2019), as interfaces são performativas, portanto sua efetividade está vinculada ao modo como são utilizadas e aos demais elementos com os quais se associam. Trata-se, portanto, de compreendermos como as práticas se dão a partir dos usos possíveis, planejados ou não, das interfaces e de suas funcionalidades. Em cada situação, abre-se um leque potencialmente amplo – mas não ilimitado – de ações possíveis. (ANDRÉA, 2020, pp.47- 48)

E nesta pesquisa nosso objetivo é de identificar e mapear as possibilidades de ações que as duas plataformas em estudo permitem. É importante destacar que nosso interesse se insere nas possibilidades de affordances e práticas estabelecidos pela plataforma em seus materiais audiovisuais especificamente. Sendo assim, neste trabalho não iremos mapear as interações e recursos existentes em toda plataforma, nos dedicaremos apenas para aquelas que podem ser acionadas durante a experiência de visualização dos audiovisuais.

Para isso analisaremos através da metodologia de Análise da Materialidade Audiovisual (AMA), conceito desenvolvido no âmbito do Núcleo de Jornalismo e Audiovisual (CNPq-UFJF), por Iluska Coutinho.

A metodologia procura realizar uma análise integral do audiovisual (texto+som+imagem+tempo+edição) e propõe uma técnica que envolve o estudo adaptado do objeto a partir da construção de fichas analíticas que dão direcionamento a esta análise e são pensadas a partir de interesses e objetivos, além de levar em consideração questões paratextuais e outros conceitos teóricos que perpassam os objetivos da pesquisa.

Sendo assim, desenvolvemos uma ficha a fim de identificar os recursos disponibilizados por esse streaming para a agência de seus espectadores.

Escolhemos as plataformas de streamings Globoplay e RTVEplay, por apresentarem uma mescla de conteúdos, para além de produções audiovisuais que podem ser assistidas sob demanda, elas também possuem canais com transmissões simultânea nas plataformas. O possibilitará o mapeamento de interações em dois tipos distintos de conteúdos.

Globoplay

A Globoplay é desenvolvida pelo Grupo Globo – dono de uma das mais tradicionais emissoras de TV brasileira –, foi lançada em três de novembro de 2015 e é atualmente a maior em números de assinantes em nível nacional⁶.

Como destacado anteriormente a plataforma possui conteúdos sob demanda e realiza transmissões simultâneas que são de canais do grupo Globo tanto de TV aberta, como também de seus canais pagos e ainda de canais criados especialmente para o streaming. É importante destacar que a plataforma possui conteúdos que podem ser acessados gratuitamente e outros que são apenas para seus assinantes, dessa forma há limitações em relação a alguns conteúdos e também a determinadas ações que só são permitidas para assinantes.

Devido a isso dividimos o mapeamento nesses dois tipos de conteúdo, pois em um cada desses a plataforma possui recursos de interação diferentes.

Nos conteúdos sob demanda é possível compartilhá-los, adicionar legenda, pausar, avançar ou retroceder o vídeo em 10 segundos (esses dois últimos recursos não aparecem em forma de algum botão clicável em tela, mas é possível deduzi-lo a partir do uso de outros streamings). Ainda há a possibilidade de transmitir o vídeo em uma outra tela que esteja conectada a internet como a tela de um computador ou Smart Tv. Também é possível curtir, descurtir e adicionar o vídeo a uma lista de favoritos, porém essas ações só são possíveis de serem realizadas antes de dar início ao vídeo.

⁶ Segundo informações divulgadas em 2020 a plataforma alcançou 20 milhões de usuários e se tornou a líder nacional no mercado <https://canaltech.com.br/entretenimento/globoplay-ja-tem-20-milhoes-de-usuarios-e-e-lider-nacional-de-streaming-172792/>

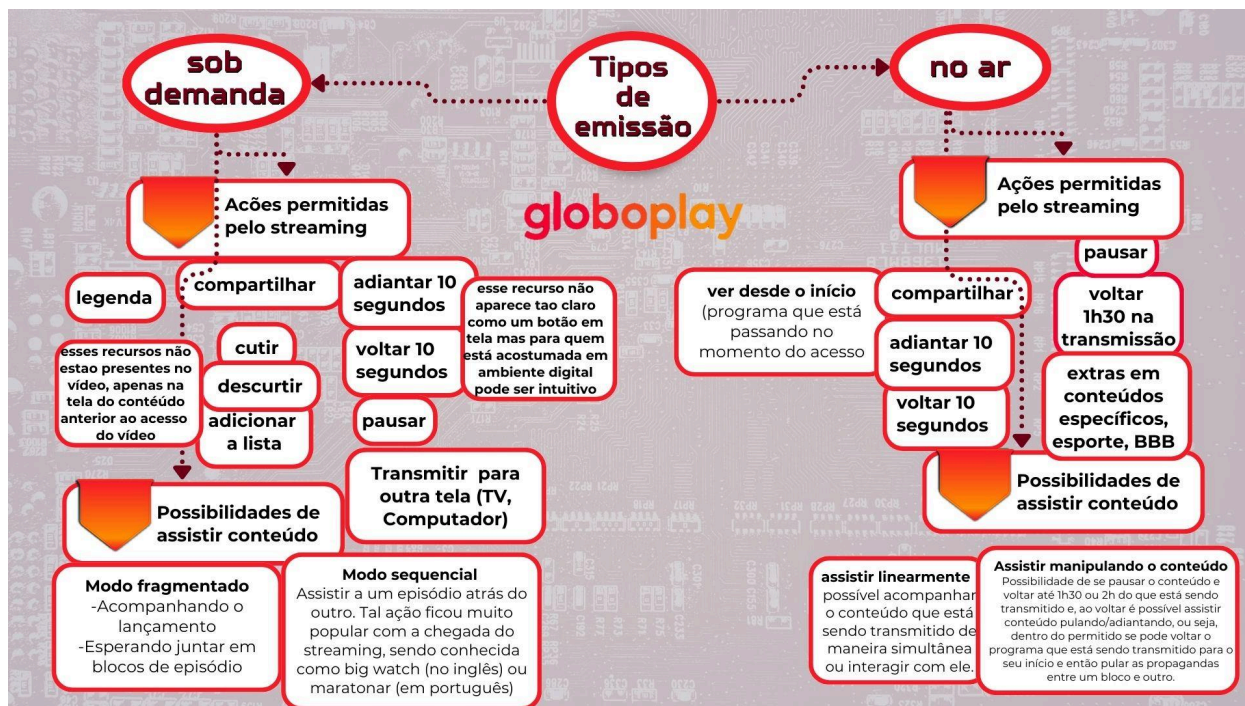
A partir das possibilidades que a plataforma oferece é possível assistir ao conteúdo de modo fragmentado, no caso de filmes pausando e voltando a existir quando o espectador preferir, e no caso de séries além das pausas pode-se assistir os episódios por vários, acompanhando o lançamento, mas também se pode assistir modo sequencial, vários episódios seguidos do outro, essa forma de assistir se popularizou muito nos streaming, sendo conhecida como *big watch* no inglês e em português maratonar.

Já em relação aos conteúdos em transmissão simultânea que estão "no ar" é possível pausar, compartilhar, retroceder a transmissão em até uma hora e meia antes do momento em que o espectador começa assisti-lo e ao retroceder é possível avançar no vídeo. Ainda há uma espécie de botão em tela que permite que o espectador comece a ver o conteúdo que está em transmissão desde de seu início. E em alguns conteúdos específicos existe a possibilidade de ver algumas informações extras sobre eles. Transmissões esportivas e *reality shows* possuem esse recurso, as informações que aparecem variam de acordo com o programa, em jogos de futebol, por exemplo, é impossível ver a tabela de classificação dos times em tempo real.

Quanto aos modos de se assistir é possível ver linearmente aos conteúdos de modo simultâneo tal qual ele está sendo transmitido ou interagir com o conteúdo e manipulá-lo, pausando, retrocedendo a transmissão e ao retroceder se possibilita avançar no vídeo.

Abaixo apresentamos uma figura com o resumo do mapeamento realizado.

Ações e práticas Globoplay



Fonte: Produzido pelos autores

RTVEplay

A plataforma RTVEplay é da Televisión Española ou TVE, uma emissora pública da Espanha. Criada em 2008 com o nome de RTVE a la carta, foi atualizada em 2021, sofrendo algumas mudanças não só no nome como também em sua interface.

Tal qual a Globoplay, a RTVEplay também transmite a programação de seus canais de TV em seu streamings, além também de canais que foram desenvolvidos especificamente para a plataforma digital. Porém como é um *streaming* de uma TV pública não possui limitações em seus conteúdos, todos os vídeos e transmissões são abertas para todas os espectadores, as limitações de acesso só ocorrem a depender da localidade do acesso, os conteúdos que nao pertencem a TVE e ela não possuem direito de transmissão fora da Espanha não são possíveis de acessar em outros países.

Como no caso anterior, o mapeamento também foi dividido entre sob demanda e transmissões simultâneas.

Na plataforma de vídeos RTVEplay nos audiovisuais sob demanda é possível pausar, compartilhar, adicionar legenda, mudar o áudio para o original em caso de dublagens, mudar o

tamanho da tela, a velocidade do vídeo, baixar, avançar e retroceder o vídeo, e também no caso de séries clicando na lateral do vídeo é possível ir para o episódio anterior posterior. Em alguns conteúdos também é possível mudar a qualidade da imagem e ainda transmitir para outra tela conectada a internet (Smart TV, notebook, tablet, computador). Ainda é possível adicionar à uma lista pessoal de conteúdos e alguns conteúdos também são possíveis de seguir, sendo essas duas últimas ações permitidas antes de iniciar o vídeo. Ainda é possível também fazer prints da tela do streaming, ação que o Globoplay não possibilita.

Como no mapeamento anterior aqui as possibilidades de assistir o conteúdo são ao de modo fragmentado vídeo por vídeo e realizando pausas em um mesmo vídeo ou sequencial realizando maratonas de conteúdos.

Nas transmissões simultâneas é possível pausar, compartilhar o link, retroceder a transmissão até duas horas antes do momento em que se inicia a visualização, também há um botão na tela para ver o programa em transmissão desde o início e ainda é possível navegar entre os canais da plataforma ao tocar nos cantos do vídeos se troca de um canal para outro, algo semelhante ao “canal-” e “canal +”, que temos no controle da televisão.

Quanto às possibilidades de se assistir aos conteúdos eles podem ser assistidos linearmente como são transmitidas, ou podem ser manipulados pelo espectador a partir dos recursos oferecidos pela plataforma que acabamos de descrever.

Na figura abaixo apresentamos um resumo do mapeamento.

Ações e práticas RTVEplay



Fonte: Produzido pelos autores

Considerações finais

Esse artigo buscou realizar um estudo sobre as affordances e práticas nas plataformas de streamings de vídeos Globoplay e RTVEplay. Para tanto explicitamos a importância dos streamings no ecossistema da ambiência digital. E como parte relevante destacamos o conceito de plataformização, termo para tratar das estruturas organizacionais digitais como redes sociais e streamings por exemplo. Também buscamos pontuar as dimensões pelas quais a plataformização pode ser estudada, destacamos a dimensão que nos interessa nessa pesquisa as *affordances* e práticas. Para desenvolver nosso estudo conceituamos a ideia em volta no termo *affordance*. Posteriormente realizamos o mapeamento das affordances e práticas presentes nas plataformas em análise, através da metodologia de Coutinho de Análise da Materialidade Audiovisual (2016).

Em nosso mapeamento podemos observar que os dois streamings em análise tem recursos semelhantes para a agência de seus espectadores/interatores e há variações quanto às ferramentas de interação disponibilizadas para os conteúdos simultâneos e os conteúdos sob demanda. Muitas das ações permitidas são comuns entre as plataformas, porém a RTVEplay como uma plataforma advinda de uma televisão pública oferece mais recursos de maneira gratuita a seus espectadores e

traz algumas funções interessantes como a possibilidade de navegação entre canais de um modo semelhante a “canal +”, “canal -” dos controles das TVs. Também podemos inferir as possibilidades de se assistir os conteúdos a partir dos recursos disponíveis e práticas conhecidas como a de maratonar. Resulta que com essas ferramentas os conteúdos sob demanda podem ser assistidos de modo fragmentado, pausando o conteúdo ou o assistindo ao longo dos dias, mas também de modo sequencial, maratonando séries, por exemplo, e do mesmo modo as transmissões simultâneas tanto podem ser assistidas de modo linear seguindo a transmissão tal qual ela é realizada, como também a manipulando: pausando, retrocedendo, dentre outras possibilidades. Tais possibilidades de interação com os conteúdos demonstram que mesmo nas transmissões simultâneas a utilização de recursos normalmente atribuídos aos conteúdos sob demanda transformam a forma de se assistir esse tipo em sua transposição para o ambiente digital.

Porém mais pesquisas referentes a essas transformações devem seguir sendo realizadas para ampliarmos nossa compreensão dos fenômenos da digitalização e da plataformação em conteúdos audiovisuais.

Referências

COUTINHO, Iluska. **O telejornalismo narrado nas pesquisas e a busca por cientificidade: A análise da materialidade audiovisual como método possível.** XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Intercom, 2016.

COUTINHO, Iluska. **Compreender a estrutura e experimentar o audiovisual: da dramaturgia do telejornalismo à análise da materialidade.** In Emerim, C. e Coutinho, I. e Finger, C. (Ed.), *Epistemologias do telejornalismo brasileiro* (1ª ed. v.1.4 , p. 175 - 194). Ed. Insular. 2018

G1. **Globo Play é lançado; conheça nova plataforma digital de vídeos da Globo.** Disponível em: <https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2015/10/globoplay-nova-plataforma-digital-de-videos-da-globo-e-lancado.html>. Acesso em 17 de janeiro de 2024.

GIBSON, James J. **The Ecological Approach to Visual Perception.** New Jersey, Lawrence Erlbaum Associates, 1986. (Publicação original 1979)

NORMAN, Donald A. **O design do dia a dia.** trad.. Ana Deiró, Rio de Janeiro, Anfiteatro, 2002.

POELL, Thomas; NIEBORG, David e DIJCK, José van. **The Platform Society.** Nova York, Oxford University Press, 2018



POELL, Thomas; NIEBORG, David; VAN DIJCK, José. **Plataformização**. Revista Fronteiras – estudos midiáticos, v. 22, n. 1, p. 2-10, 2020.

PRIMO, Alê. **Interação mútua e interação reativa: uma proposta de estudo**. Revista Famecos, 2000

SOUZA, Ramon de. **Globoplay já tem 20 milhões de usuários e é líder nacional de streaming**. Disponível em: <https://canaltech.com.br/entretenimento/globoplay-ja-tem-20-milhoes-de-usuarios-e-e-lider-nacional-de-streaming-172792/> . Acesso em 17 de outubro de 2025.

TELAVIVA. **Vídeo é o formato preferido dos brasileiros nas redes sociais**. Disponível em: <https://telaviva.com.br/12/12/2023/video-e-o-formato-preferido-dos-brasileiros-nas-redes-sociais/> . Acesso em 17 de outubro de 2025.