

## Informações da Disciplina

---

### Dados Informados pelo Programa de Pós-Graduação

**Programa:** Programa de Pós-Graduação em Linguística - PPGL

**Código:** DIP-043

**Nome:** Audiovisual Multiplataforma: Teorias e Modelos de Análise

Nesta disciplina pretende fazer uma análise discursiva da produção audiovisual multiplataforma no contexto da plataformização cultural, buscando discutir as estratégias de monetização e captura

**Objetivo:** da atenção, a partir de referenciais teóricos do campo de estudos das plataformas. Busca-se compreender de que modo o fenômeno da plataformização cultural interfere na produção, distribuição, circulação, recepção e consumo audiovisual, bem como na relação dos espectadores com os serviços de streaming.

01. introdução: plataformização cultural 02. estudos de plataforma e comunicação; 03. Guerra de streaming: plataformas independentes brasileiras 04. Serviços de vídeo sob demanda (Netflix, Disney, Prime e HBO Max) 05. Globoplay: televisão online

**Ementa:** 06. Cinema online: distribuição multicanais; 07. Design transmídia: princípios; 08. Economia da atenção; 09. Seminário: propostas de trabalhos finais 10. Desinformação e o ativismo de dados: 11. Plataformização dos festivais de cinema 12. Fechamento e orientação de trabalhos

**Bibliografia  
Principal:**

ALPENDRE, S. Formato on-line traz chance de festivais de cinema serem mais ousados e independentes. Folha de S. Paulo, 29 ago. 2020. Disponível em:  
<https://www1.folha.uol.com.br/ilustrissima/2020/08/formato-on-line-traz-chance-de-festivais-de-cinema-serem-mais-ousados-e-independentes.shtml> D'ANDRÉA, C. Pesquisando Plataformas online: conceitos e métodos. Edufba: Salvador, 2020. DUFFY, B. E.; POELL, T.; NIEBORG, D. B. Platform Practices in the Cultural Industries: Creativity, Labor, and Citizenship. Social Media and Society, v. 5, n. 4, 2019. LOTZ, A. Portals: A Treatise on Internet-Distributed Television. Lansing: Michigan Publishing Services, 2017. MARTEL, F. Smart - O que você não sabe sobre a internet. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2015. MASSAROLO, J.; MESQUITA, D. TV Online no Brasil: estratégias dos serviços de distribuição da Rede Globo. In: MASSAROLO, J.; MESQUITA, D. (Orgs.). Produção de Conteúdo: audiovisual multiplataforma. São Paulo: Estação das Letras e das Cores, 2021. MATTHEWS, J.; ROUZÉ, V. Participatory Cultural Platforms and Labour. In: ROUZÉ, V. (Org.) Cultural Crowdfunding. London: University of Westminster Press, 2019. MUNIZ, M ; ROCHA, M. A relação entre Teatro e Internet: tensionamento do tempo e do espaço do acontecimento teatral. Pós: Belo Horizonte, v. 6, n. 12, pp. 242-254, 2016. POELL, T.; NIEBORG, D.; VAN DIJCK, J. Plataformisation in Policy Review, v. 8, n. 4, 2019. Disponível em  
<https://policyreview.info/concepts/platformisation> Acesso em: 16 de jul. 2021 SHARF, Z. Warner Bros. Strikes First Deal to Return Films to Theaters Only in 2022 with New 45-Day Window. IndieWire, 23 mar. 2021. Disponível em:  
<https://www.indiewire.com/2021/03/warner-bros-theaters-only-releases-2022-1234625378/> Acesso em: 23 abr. 2021. SRICKER, N. Platform Capitalism (Theory Redux). Cambridge: Polity Press, 2017. STEINBERG, M. The Platform Economy - how Japan transformed the consumer internet. Minneapolis: University of Minisota Press, 2019 TOLEDO, Mariana. Perspectivas para o cinema brasileiro passam pela retomada e reformulação das políticas públicas. Telaviva, 17 nov. 2020. Disponível em:  
<https://telaviva.com.br/17/11/2020/perspectivas-para-o-cinema-brasileiro-passam-pela-retomada-e-reformulacao-das-politicas-publicas/>. Acesso em: 22 jul. 2021. VAN DIJCK, J. Dataficação, dataísmo e dataveillance: Big Data entre o paradigma científico e a ideologia. Vigilância & Sociedade, v. 12, n.2, 2014, pp. 197-208.

BONI, M. (Org.). World Building. 1. ed. Amsterdam: Amsterdam University Press, 2017. BALADRON, M.; RIVERO, E. Video-on-demand services in Latin America: Trends and challenges towards access, concentration and regulation. *Journal of Digital Media & Policy*, v. 10, n. 1, p. 109-126, 2019. CASSETTI, F. The Lumière galaxy: seven key words for the cinema to come. New York, Columbia University Press, 2015. JENNER, Mareike. Netflix and the Re-invention of Television. Springer, 2018. JOHNSON, C. Online TV. New York: Routledge, 2019. (Kindle Edition).LOBATO, R. Netflix nations: the geography of digital distribution. NYU Press, 2019. LOPES, M. I. V.; GÓMEZ, G. O. (Orgs.). Modelos de distribuição da televisão por internet: atores, tecnologias, estratégias. Porto Alegre: Sulina, 2019. Disponível em: . MARAFON, R. (2018, 20 de agosto). Disney não lança mais seus filmes na Netflix. *Cine Pop*. Recuperado de <https://bit.ly/39RMSVP> MASSAROLO, et al., 2017. Práticas de Binge-watching nas multiplataformas. In.: Por uma teoria de fãs da ficção televisiva brasileira II: práticas de fãs no ambiente da cultura participativa (Org. Maria Immacolata Vassallo de Lopes). Porto Alegre: Sulina, 2017. MEIMARDIDIS, M. MAZUR, D. RIOS, D. The streaming wars in the global periphery: a glimpse from Brazil. *International Journal of TV Serial Narratives*. VI, No 1, 2020: 65-76. DOI <https://doi.org/10.6092/issn.2421-454X/10457> RIOS, S; SCARLATA, A. Locating SVOD in Australia and Mexico: Stan and Blim contend with Netflix. *Critical Studies in Television*, v. 13, n. 4, p. 475-490, 2018. SANSON, K. e Steirer, G. (2019). Hulu, streaming, and the contemporary television ecosystem. *Media, Culture & Society*. <https://doi.org/10.1177/0163443718823144>.

**Bibliografia Complementar:**

**Carga Horária de Aulas Teóricas:** 30

**Carga Horária de Aulas Práticas:** 0

**Carga Horária de Exercícios e/ou** 90

**Seminários:**

**Quantidade de Créditos:** 8

**Professor(es)**

**Responsável(eis):** João Carlos Massarolo

**Caráter para**

**Mestrado:**

Estudos Linguísticos (Área de Concentração)

**Caráter para**

**Doutorado:**

Estudos Linguísticos (Área de Concentração)

**Caráter para**

**Mestrado**

**Profissional:**

**Pré-Requisitos do**

**Tipo 'E':**

A disciplina não possui pré-requisitos desse tipo.

**Pré-Requisitos do**

**Tipo 'Ou':**

A disciplina não possui pré-requisitos desse tipo.

**Início da Validade**

**(Período):** 1

**Início da Validade**

**(Ano):** 2022

O fenômeno da plataforma cultural impactou sociedade como um todo, em especial, em tempos de pandemia COVID-19, com implicações na monetização e na captura da atenção, bem como na relação dos usuários com os serviços de streaming. Esse é um fenômeno que causa mudanças significativas no comportamento social, onde o uso de algoritmos, das conexões em redes discursivas é potencializada pela produção incessante de conteúdo para diferentes telas, se constituindo num modo particular de circulação de conteúdos e sentidos que influenciam a vida social

**Justificativa do** em um escopo mais amplo, diluindo as fronteiras entre o

**Pedido:** entretenimento e a vida cotidiana. A plataforma cultural é caracterizada por ambientes que favorecem a intermediação de múltiplas telas de mídia, popularizadas pelos serviços de streaming, que agregam produtores de conteúdo, designers e usuários através de sistemas interconectados. plataforma cultural estimula os jovens a vivenciarem ambientes caracterizados por uma predominância do entretenimento audiovisual. Compreender essas transformações e explorar as formas de comunicação audiovisual multiplataforma, pode contribuir para o entendimento do fenômeno da plataforma cultural.

**Aprovado na  
Reunião da CPG de**137

**Número:**

**Data da Reunião da  
CPG:**17/12/2021

**Aprovado na  
Reunião do Centro**555

**de Número:**

**Data da Reunião do  
Centro:**23/02/2022

### **Dados Informados pela ProPG**

**Aprovado na  
Reunião do CoPG de**0

**Número:**

**Data da Reunião do  
CoPG:**

[Exibir outra Disciplina](#)