

Universidade Federal do Rio de Janeiro

Escola de Comunicação – Programa de Pós-Graduação em Comunicação

Linha: Mídia e Mediações Socioculturais

Disciplina: ECS744/ECS844 – Comunicação e Cultura

Prof.: Marcelo Kischinhevsky

Horário: Segundas-feiras, 16h30 às 18h30

Turma: 11098/11099

Carga Horária: 60 horas/aula

Créditos: 4.0 Grupo: Campos Fundamentais

Curso: Mestrado e Doutorado - Eletiva

Objetivos

Caracterizar as múltiplas facetas da radiofonia, no contexto do rádio expandido, que abrange práticas de produção, circulação e consumo em modalidades como podcasting, web rádios, smart speakers, emissoras AM/FM, TV por assinatura e serviços de rádio social; estabelecer pontes com outros campos do conhecimento comunicacional, contribuindo para o aprofundamento de discussões regulatórias e a formulação de política públicas focadas na produção e na circulação do áudio em tempos de plataformização e convergência midiática.

Reconfigurações do rádio expandido

Um dos meios de comunicação de maior capilaridade, o rádio foi ouvido regularmente por 79% da população brasileira em 2024, segundo dados da Kantar Ibope Media. A radiodifusão sonora no Brasil abrange mais de 10 mil emissoras, de acordo com a Agência Nacional de Telecomunicações, e emprega centenas de milhares de trabalhadores, desempenhando papel central na distribuição de conteúdo informativo, educativo e cultural. Além disso, o rádio figura no topo do ranking de credibilidade dos meios, capitalizando a intimidade e os vínculos estabelecidos pela comunicação de base sonora. Mas o que configura o radiofônico? Nas últimas duas décadas, o rádio vem passando por uma profunda reestruturação, devido à crescente concorrência e articulação com novos atores do entorno digital e às mudanças de hábitos de consumo midiático da população, entre outros fatores. Centenas de emissoras encerraram operações diante de um mercado cada vez mais pulverizado, em que estações AM/FM passam a disputar audiência e verbas publicitárias com serviços de streaming, web rádios, podcasts e sínteses noticiosas fornecidas por jornais, revistas e emissoras de TV por meio de smart speakers, telefones celulares e outros dispositivos.

O rádio, contudo, segue em evolução. Entende-se o rádio como um meio expandido, uma linguagem comunicacional específica, de base sonora, que extrapola as transmissões em ondas hertzianas e transborda para mídias sociais, celular, TV por assinatura, portais. Este cenário, marcado por crescente plataformização da comunicação e da cultura, coloca desafios sobretudo para os meios de comunicação públicos, educativos, comunitários e independentes de grandes grupos empresariais. No curso, serão caracterizados e debatidos os

Universidade Federal do Rio de Janeiro

Escola de Comunicação – Programa de Pós-Graduação em Comunicação

Linha: Mídia e Mediações Socioculturais

Disciplina: ECS744/ECS844 – Comunicação e Cultura

Prof.: Marcelo Kischinhevsky

Horário: Segundas-feiras, 16h30 às 18h30

Turma: 11098/11099

Carga Horária: 60 horas/aula

Créditos: 4.0 Grupo: Campos Fundamentais

Curso: Mestrado e Doutorado - Eletiva

desdobramentos da digitalização e da reconfiguração da mídia sonora diante dos processos de convergência midiática e plataformização, enfocando as novas dinâmicas de produção, circulação e consumo de conteúdos radiofônicos em emissoras de rádio AM/FM, mas também em novas modalidades como podcasting, web rádios, assistentes de voz embarcados em alto-falantes inteligentes, canais de TV por assinatura e serviços de rádio social.

Metodologia e formas de avaliação

As aulas, oferecidas em formato híbrido (presenciais, mas com transmissão online, possibilitando a inclusão de discentes de PPGs de outras cidades e estados) serão de caráter expositivo, entremeadas de debates sobre questões correlatas às referências bibliográficas acionadas e participações de pesquisadoras e pesquisadores convidados. Ao fim do curso, o(a) aluno(a) regularmente matriculado(a) deverá apresentar um *paper* (10 a 15 páginas; Times New Roman, corpo 12, entrelinha 1,5) que desenvolva algum aspecto teórico abordado no curso ou que articule o referencial teórico da disciplina com suas próprias pesquisas. Será levada em conta, também, a participação nos debates sobre os textos indicados para a leitura, semanalmente.

Bibliografia:

- BONINI, Tiziano. A “segunda era” do podcasting: reenquadrando o podcasting como um novo meio digital massivo. **Radiofonias – Revista de Estudos em Mídia Sonora**, Mariana-MG, v. 11, n. 01, pp. 13-32, jan./abr. 2020.
- BONINI, Tiziano. Podcasting as a hybrid cultural form between old and new media. In: LINDGREN, Mia; LOVIGLIO, Jason (ed.). **The Routledge companion to radio and podcast studies**. Abingdon, Oxon; New York, NY: Routledge, 2022.
- BOTTOMLEY, Andrew. **Sound streams: a cultural history of radio-internet convergence**. Ann Arbor: University of Michigan Press, 2020.
- FERNÁNDEZ, José Luis. **La captura de la audiencia radiofónica**. Buenos Aires: Liber Editores, 2012.
- GALLEGO, J. Ignacio. The new role of music radio formats – The platformization of the radio system? In: LINDGREN, Mia; LOVIGLIO, Jason (ed.). **The Routledge companion to radio and podcast studies**. Abingdon, Oxon; New York, NY: Routledge, 2022.
- JORGENSEN, Britta; LINDGREN, Mia. ‘Pause and reflect’ – Practice- as-research methods in radio and podcast studies. In: LINDGREN, Mia; LOVIGLIO, Jason (ed.). **The Routledge companion to radio and podcast studies**. Abingdon, Oxon; New York, NY: Routledge, 2022.

Universidade Federal do Rio de Janeiro

Escola de Comunicação – Programa de Pós-Graduação em Comunicação

Linha: Mídia e Mediações Socioculturais

Disciplina: ECS744/ECS844 – Comunicação e Cultura

Prof.: Marcelo Kischinhevsky

Horário: Segundas-feiras, 16h30 às 18h30

Turma: 11098/11099

Carga Horária: 60 horas/aula

Créditos: 4.0 Grupo: Campos Fundamentais

Curso: Mestrado e Doutorado - Eletiva

KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Cultura do podcast**: Reconfigurações do rádio expandido. Rio de Janeiro: Mauad X, 2024.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. Pensar o rádio como plataforma. **Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación**, v. 22, n. 44, p. 30-40, 2024b.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Rádio e mídias sociais**: Mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais de comunicação. Rio de Janeiro: Mauad X, 2016.

LOPEZ, Debora Cristina. **Novo rádio, velhas narrativas**: apropriações estéticas na ficção e no jornalismo sonoros. Covilhã: Livros Labcom.IFP, 2022.

MEDITSCH, Eduardo. **O rádio na era da informação** – Teoria e técnica do novo radiojornalismo. Florianópolis: Insular/Ed. da UFSC, 2001.

POELL, Thomas; NIEBORG, David; VAN DIJCK, José. Platformisation. **Internet Policy Review**, v. 8, n. 4, pp. 1-13, 2019.

PRATA, Nair, DEL BIANCO, Nelia R. **Migração do rádio AM para o FM** – Avaliação de impacto e desafios frente à convergência tecnológica. Florianópolis: Insular, 2018.

SRNICEK, Nick. **Platform capitalism**. Londres: Polity Press, 2017.

SULLIVAN, John L. The Platforms of Podcasting: Past and Present. **Social Media + Society**, out.-dez., pp. 1-12, 2019.

VIANA, Luana. **Jornalismo narrativo em podcast**: imersividade, dramaturgia e narrativa autoral. Florianópolis: Editora Insular, 2023.

VICENTE, Eduardo. Podcasts narrativos de não ficção: um olhar sobre a produção brasileira. **Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación**, v. 11, n. 21, fev. 2024.

WINOCUR, Rosalía. **Ciudadanos mediáticos**: La construcción de lo público en la radio. Barcelona: Gedisa, 2002.