

A função social dos podcasts independentes:¹ os exemplos Redes da Maré e Cirandeiras

The social function of independent podcasts: the examples of Redes da Maré and Cirandeiras

Diogo Lopes de Oliveira²

*Doutor em Comunicação Pública pela Universitat Pompeu Fabra, professor de Comunicação Social da Universidade Federal de Campina Grande e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal da Paraíba
Universidade Federal de Campina Grande, Departamento de Comunicação Social, Campina Grande (PB), Brasil.*

Ricardo Pavan³

*Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos, professor de Jornalismo da Universidade Federal de Goiás e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFG.
Universidade Federal de Goiás, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Goiânia (GO), Brasil.*

João Djane Assunção da Silva⁴

*Doutorando em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Goiás. Jornalista e educador.
Universidade Federal de Goiás, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Goiânia (GO), Brasil.*

¹ Estudo realizado com o apoio da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Goiás (FAPEG).

² O autor direcionou o planejamento do estudo, organizou a estrutura de apresentação das seções, revisou a viabilidade de utilização dos autores citados e foi responsável pela redação do artigo, assim como pela tradução para as línguas estrangeiras.

³ O autor contribuiu para o planejamento do estudo, orientando as etapas processuais da pesquisa exploratória, articulou os principais conceitos e autores, além de ser responsável pela redação do artigo, incluindo as correções gramaticais e ortográficas.

⁴ O autor realiza a pesquisa de doutorado que fundamentou o estudo, conduziu a pesquisa exploratória para a seleção dos podcasts, aplicou as normas da revista e fez a formatação geral do artigo. Além disso, colaborou com a redação do artigo, tradução para línguas estrangeiras e a revisão contra o plágio.

Resumo

Neste estudo, busca-se compreender a qualidade do movimento podcasting como reinventor de narrativas de áudio e seu potencial como parte de um rádio independente e de caráter social. Nessa concepção, o rádio é visto mais como uma linguagem do que como um meio, e as produções resultantes têm como objetivo difundir conteúdo educativo-cultural com um viés autoral e contra-hegemônico. Para exemplificar esses argumentos, são descritos dois podcasts brasileiros: Redes da Maré, uma iniciativa de comunicação comunitária na periferia do Rio de Janeiro, e Cirandeiras, um projeto no Nordeste do Brasil que dá voz a diversas causas feministas.

Palavras-chave: Comunicação. Linguagem Radiofônica. Rádio Social. Podcasting. Podcast Independente.

Abstract

In this study, we aim to understand the quality of podcasting as a reinventor of audio narratives and its potential as part of an independent and social radio. In this conception, radio is seen more as a language than as a medium, and the resulting productions aim to disseminate educational-cultural content with an authorial and counter-hegemonic bias. To exemplify these arguments, two Brazilian podcasts are described: Redes da Maré, a community communication initiative in the outskirts of Rio de Janeiro, and Cirandeiras, a project in Northeast Brazil that gives voice to various feminist causes.

Keywords: Communication. Radio Language. Social Radio. Podcasting. Independent Podcast.

Resumen

En este estudio, se busca comprender la calidad del movimiento del podcasting como reinventor de narrativas de audio y su potencial como parte de una radio independiente y de carácter social. En esta concepción, la radio se ve más como un lenguaje que como un medio, y las producciones resultantes tienen como objetivo difundir contenido educativo-cultural con una perspectiva autoral y contrahegemónica. Para ejemplificar estos argumentos, se describen dos podcasts brasileños: Redes da Maré, una iniciativa de comunicación comunitaria en la periferia de Río de Janeiro, y Cirandeiras, un proyecto en el noreste de Brasil que da voz a diversas causas feministas.

Palabras clave: Comunicación. Lenguaje de radio. Radio social. Podcasting. Podcast independiente.

Introdução

Há duas décadas, antes de ser comum as pessoas terem um *smartphone* em suas mãos, o podcasting já era uma tecnologia disponível. Entre 2004 e 2005, os podcasts apareceram na internet como uma nova modalidade de transmissão sob demanda (*on demand*) cuja função principal era o consumo de sequências de músicas e conteúdos baseados na programação do rádio ao vivo (HERSCHMANN e KISCHINHEVSKY, 2008). O termo podcasting se refere a um movimento de produção, distribuição e compartilhamento de arquivos digitais, especialmente em áudio, enquanto podcast denota programas e episódios.

Atualmente, o podcasting tem se tornado um movimento cada vez mais autônomo em comparação com o rádio tradicional (o rádio hertziano e o *web* rádio considerando a transmissão em fluxo contínuo). A flexibilidade na escuta e a idealização de uma prática livre de regulações editoriais de conteúdo e de direito de transmissão dão ao podcasting o *status* de algo mais radical (LLINARES et al., 2018).

Bottomley (2015) acredita que até hoje ainda não há um consenso acadêmico sobre qual é a condição do podcasting, pois seria apenas uma extensão do rádio ou um “novo meio” com características próprias? Para o autor, é possível admitir o podcasting como um “novo meio” porque essa concepção se tornou popular em muitos discursos acadêmicos e foi sendo aderida pela indústria fonográfica. Porém, ele faz ressalvas, explicando que prefere adotar o mesmo entendimento de Sterne et al. (2008), no qual o podcasting é pensado como um conjunto de tecnologias, práticas e instituições conectadas que aplicam estratégias radiofônicas diferentes das do rádio tradicional.

Nesse mesmo sentido, para Newman e Gallo (2019), chamar podcasting de rádio causa uma associação imediata com as particularidades da radiodifusão realizada no rádio tradicional, especialmente fora do círculo acadêmico que permeia esta discussão. Conforme os autores, muitos dos podcasts que hoje são bastante populares se originaram como programas de rádio, mas estão sendo acessados e consumidos em um novo contexto cultural.

Para McHugh (2020; 2022), rádio e podcasting são “primos” que apresentam alguns tensionamentos – que serão discutidos mais adiante. Ainda assim, o podcasting pode ser considerado um “rádio reinventado”, até porque aqueles que fazem podcasts não surgiram de um “*big bang* de áudio”, mas adaptaram as antigas fórmulas do rádio tradicional e as desenvolveram por meio dos novos recursos

tecnológicos, pensando-as, desde a produção, para serem publicadas diretamente na internet. Com a popularização das Tecnologias Digitais de Informação e Comunicação (TDICs), como *smartphones*, redes de internet móvel e transmissão de dados via *streaming*, o movimento podcasting, mais do que dar nova vida ao rádio, impulsionou o acesso a uma comunicação mais pluralista e redesenhou narrativas de áudio, fortalecendo a relação entre criadores e ouvintes.

Neste estudo, considera-se que há diferenças entre rádio tradicional e podcasting, em particular quando se observa a dinâmica de produção e consumo ligada à estrutura tecnológica. Todavia, em uma dimensão teórica, propõe-se posicionar rádio tradicional e podcasting sob o mesmo campo semântico do ponto de vista do áudio como uma linguagem que, além das potencialidades comunicativas e expressivas, valoriza a dimensão mais experimental e a função social da comunicação sonora.

O que aqui é considerado rádio, na verdade, é uma linguagem que, independentemente da fonte de produção, transita por diferentes meios e se adapta às práticas contemporâneas de consumo de áudio. Caracteriza-se pelo poder evocativo dos seus sistemas expressivos (a palavra, a música, os efeitos sonoros e o silêncio), que se adaptam, permitindo a reinvenção do rádio mesmo que novas tecnologias o descaracterizem como suporte midiático (BALSEBRE, 2004; 2013).

A partir disso, o estudo destaca produções em podcasting que podem ser consideradas parte de um rádio independente e de caráter social (SILVA e OLIVEIRA, 2020). Essa perspectiva contempla programas ou peças individuais distribuídas nas ondas sonoras, na *web* ou podcasting que nascem do compromisso dos agentes idealizadores com uma práxis diária que deve atender aos interesses e às necessidades dos grupos, das organizações ou das comunidades em que atuam ou que representam.

Para exemplificação do estudo, são descritos dois podcasts brasileiros: Redes da Maré (uma iniciativa de comunicação comunitária na periferia do Rio de Janeiro) e Cirandeiras (um projeto no Nordeste do Brasil que dá voz a várias causas feministas).

Tensionamentos entre podcasting e rádio tradicional

Suponha que você está sintonizado em uma rádio e faltam cinco minutos para o seu programa favorito começar. Inesperadamente, o seu vizinho pede ajuda para trocar alguns móveis de lugar. Isso leva

em torno de 40 minutos e, quando você retorna para casa, percebe que perdeu a parte mais interessante do seu programa favorito.

O exercício de suposição é útil para destacar que o rádio tradicional valoriza uma grade de programação linear e contínua, transmitida em intervalos específicos ao longo do dia, principalmente por meio de transmissões em tempo real e direcionadas a um amplo público. No podcasting, as consequências da imprevisibilidade citada no exemplo são eliminadas, pois os programas são caracterizados por episódios e temporadas e destinados especificamente para o consumo sob demanda com públicos segmentados por nichos de interesse.

Os podcasts são distribuídos e acessados via internet, portanto não dependem de uma emissora com contratos de concessões ou regulações sobre direitos de transmissão e de conteúdo. Basta pesquisar um podcast no seu aplicativo ou plataforma preferida e escutá-lo quantas vezes quiser e onde achar conveniente ou, ainda, produzir e distribuir o seu próprio podcast de maneira independente.

Newman e Gallo (2019) e McHugh (2022) destacam que a escuta de podcasts é realizada de maneira mais ativa, uma vez que o ouvinte tende a acompanhar de forma atenta programas e episódios, pois sua construção narrativa é normalmente voltada para uma escuta intimista. Por outro lado, no rádio tradicional – principalmente o rádio comercial, que reproduz a fórmula básica música/notícias –, pode ocorrer uma escuta distraída, consequência dos conteúdos dispostos em tópicos que podem apresentar assuntos e músicas que não são de interesse imediato do ouvinte.

Outra diferença é a interatividade, pois, embora o rádio tradicional tenha atualizado suas estratégias de interação em tempo real – via aplicativos de multiplataforma como WhatsApp e Telegram –, os podcasts podem utilizar várias outras formas: espaços para comentários, caixas de perguntas e respostas, enquetes e edição rápida para conteúdo curto (os chamados “cortes rápidos de podcast”). Além disso, a ideia de podcasting não está mais restrita ao áudio, pois os podcasts podem ser disponibilizados em outros tipos de mídia digital, como o audiovisual, dependendo da plataforma na qual os programas são hospedados e como serão compartilhados.

No rádio tradicional, os programas costumam ter duração e constância bem definidas; embora existam programas gravados e editados previamente, são uma pequena porcentagem. Assim, a programação é praticamente baseada em formatos ao vivo. Como exemplo, observa-se o programa CBN

Primeiras Notícias⁵, da Central Brasileira de Notícias (ou Rádio CBN), que vai ao ar de segunda a sexta entre 05h00 e 06h00 via ondas de radiofrequência FM. Ao mesmo tempo, o programa é transmitido pela internet no site da Rádio CBN e no seu canal do YouTube. Posteriormente, o programa CBN Primeiras Notícias passa por uma edição que o deixa com duração entre 20 e 25 minutos para ser disponibilizado diariamente como podcast do tipo “notícias diárias” (*daily news*).

As grandes emissoras de rádio brasileiras só começaram a se dar conta do potencial do podcasting a partir de 2018, ano em que houve no Brasil uma grande expansão do consumo de conteúdo em áudio sob demanda (BARROS, 2019). De acordo com Ferraz e Gambaro (2020), a maioria adaptou parte de sua programação de fluxo para ser posteriormente publicada como um podcast, embora originalmente os programas não tenham sido produzidos com essa intenção. Essa é uma forma rápida e barata de reembalar os programas, permitindo que se juntem ao movimento podcasting sem custos adicionais de produção.

Quando essas grandes emissoras financiam podcasts nativos, isto é, pensados desde a produção para serem publicados diretamente na internet, têm buscado conquistar o público jovem, mais aberto às narrativas elaboradas e menos interessado na escuta em fluxo contínuo (NEWMAN e GALLO, 2019). Esse é o caso do podcast Vozes: Histórias e Reflexões⁶, uma produção da Rádio CBN que, com duração média de 30 minutos a uma hora, propõe promover a reflexão e conectar as pessoas às experiências uns dos outros sobre temas controversos e dramáticos em discussão na sociedade. É uma produção mais cuidadosa com o uso expressivo da linguagem radiofônica e não precisa se preocupar com características inerentes ao rádio tradicional, tais como o imediatismo e a instantaneidade.

Agora, observa-se que o programa CBN Primeiras Notícias usa o YouTube como plataforma para expandir o alcance da transmissão inicialmente projetada para o rádio tradicional. Existem programas muito famosos na cena podcasting que alcançam uma grande audiência retomando os princípios do rádio tradicional, sendo transmitidos em plataformas de vídeo como YouTube, Twitch e Facebook Watch. Esta prática ganhou o nome de *videocast* ou *vodcast* (PEIXOTO, 2014) e, no Brasil, predominam formatos que adaptaram os clássicos programas radiofônicos dos gêneros jornalístico ou informativo, transformando o debate e a entrevista em uma longa e informal “conversa de bar”.

⁵ Disponível em: <https://glo.bo/3Fnmb5F>

⁶ Disponível em: <https://glo.bo/3siUHK9>

O receptor pode acessar esses programas em transmissão ao vivo ou simplesmente ignorar a parte visual e apreciar apenas o conteúdo sonoro, como se estivesse ouvindo pelo rádio tradicional. Esse comportamento, segundo Godinez Galay (2015, p. 137, tradução nossa), fundamenta a ideia de que não é apenas a linguagem radiofônica que se adapta aos novos meios, mas também a internet e a mídia audiovisual que buscam se adequar ao *modus operandi* do rádio, pois “quem nunca se viu ‘ouvindo vídeos’ enquanto continua trabalhando em outra coisa? Isso não é o audiovisual e a internet se adaptando a força e aos usos do rádio?”. Neste caso, o programa é nativamente audiovisual, mas o áudio pode ser enviado para plataformas de hospedagem e agregadores de podcasts, atingindo assim uma audiência que prefere a audição assíncrona. O podcast audiovisual permanece no arquivo da plataforma na qual foi gravado e também pode ser acessado posteriormente.

Com esses exemplos, percebe-se o posicionamento da comunicação em áudio como convergente, presente tanto nas ondas aéreas como na *web* e em podcasting. Assim, embora as tensões entre rádio tradicional e podcasting sejam marcantes, é possível conciliá-los quando se considera a linguagem de comunicação em que se baseiam.

A evolução das condições de produção e consumo nas últimas duas décadas permitiu ao criador de podcasts a liberdade de explorar e reinventar gêneros e formatos, separando o rádio, como canal de transmissão de sinais, das formas de uso e acesso à linguagem radiofônica. Desse modo, Sterne et al. (2008) entendem que o podcasting não é uma alternativa à radiodifusão; tem suas características peculiares e deve coexistir lado a lado com o rádio tradicional, compartilhando experiências. Do mesmo modo, não se pode esquecer que o podcasting é um movimento que se popularizou na esteira do seu precursor, reinventando as estratégias do rádio tradicional ao mesmo tempo que pressionou as emissoras a se adaptarem às mudanças culturais de consumo de mídia sonora (CLARK e McLEAN, 2020).

O podcasting se apropriou com perfeição daquilo que no início foi a alma do rádio tradicional e atualmente se conhece por *audio storytelling*: a capacidade de contar histórias criativas e envolventes. Aliado a isso, há a facilitação do acesso a tecnologias que ampliaram a produção por diferentes atores, permitindo uma reapropriação das experiências expressivas e estéticas da linguagem radiofônica que viabilizaram a produção independente.

Nessa direção, o que faz do podcasting um movimento em ascensão não é sua condição de algo distante do rádio tradicional, mas sua estrutura tecnológica de produção e distribuição de áudio e, principalmente, o resgate de antigas fórmulas que desde os primórdios estiveram presentes na história do rádio, e por muito tempo foram ignoradas pelas emissoras, sobretudo as comerciais (MARKMAN, 2015).

Podcast independente e de caráter social

O podcasting se tornou popular porque atende a uma forte necessidade de autodescoberta, formando redes de colaboração com identidades baseadas em interesses específicos e em participação independente no debate público, especialmente dos jovens. O movimento se integra a uma cultura *maker* como uma extensão da premissa *do it yourself* (faça você mesmo); basta o desejo de falar e um *smartphone* conectado à internet para iniciar um programa ou um episódio (SPOTIFY, 2020).

Por meio do podcasting, os *Millennials* e a Geração Z estão diante de um movimento que lhes permite criar projetos que representam e capacitam a si mesmos, seus grupos e comunidades. Estes novos criadores viram a produção independente de podcast e música como um espaço aberto para desengavetar suas ideias que haviam sido ignoradas por muito tempo. Diferentemente das mídias estritamente audiovisuais, que normalmente exigem uma produção com equipamentos caros, maior especialização técnica ou grandes equipes, os criadores de áudio enfrentam menores obstáculos no início, portanto menos preconceitos na hora de se aventurarem no terreno da comunicação (SPOTIFY, 2021).

Nesse cenário, na contramão das diretrizes editoriais e de financiamento que sustentam grandes grupos de comunicação radiofônica como a Rádio CBN, interessa-nos valorizar o movimento podcasting como parte de um rádio independente e de caráter social. O conceito de independente se refere aqui às produções que enaltecem a pluralidade de vozes na sociedade sem estarem subservientes aos interesses das elites econômicas. Por isso, normalmente, a mídia independente está associada a uma comunicação alternativa aos grandes grupos nas mãos de políticos, religiosos e empresários que atendem aos seus interesses próprios ou das empresas que os financiam (SILVA e OLIVEIRA, 2020).

As mídias independentes são parte fundamental para a construção de ambientes que garantam o direito à manifestação do pensamento, à criação, à expressão e à informação, tal como disposto no Artigo 220 da Constituição da República Federativa do Brasil de 1988 (BRASIL, 2022). Todavia, conforme mapeamento feito pelo Media Ownership Monitor (2017) acerca dos veículos de comunicação no Brasil

com maior potencial de influenciar a opinião pública e os grupos que os controlam, pode-se dizer que a garantia de uma mídia pública plural ainda é utopia no país. No Brasil, os principais meios de comunicação de massa (a chamada grande mídia) ainda são espaços dominados por exclusivos oligopólios.

Sabendo disso, a perspectiva de um rádio independente e de caráter social que o estudo adota refere-se às iniciativas individuais ou coletivas de apropriação das TDICs e da expressividade e dimensão autoral da linguagem radiofônica (SILVA e OLIVEIRA, 2020). Estas ações podem vir de Organizações Não Governamentais (ONGs), movimentos sociais, projetos ligados a universidades que muitas vezes extrapolam o espaço educacional e iniciativas autorais sem qualquer conexão com instituições, mas que estabelecem relações de pertencimento a uma causa, um grupo social ou uma comunidade (PERUZZO, 2009).

Essa perspectiva teórica de “rádio” objetiva produzir e compartilhar conteúdo com um caráter educativo-cultural contrário aos interesses dos grupos que dominam a comunicação no Brasil. Trata-se de repensar a linguagem radiofônica a partir de diferentes frentes: desde grandes grupos de comunicação públicos e privados até produções amadoras e independentes.

São as iniciativas herdeiras das experiências radiofônicas que surgiram no interior das lutas pela liberdade e o direito à informação e à comunicação na América Latina. Como exemplo disso, cita-se a Rádio Sutatenza, na Colômbia, considerada uma das primeiras experiências radiofônicas educacionais na América Latina. Sutatenza foi concebida em 1947 pelo padre Joaquín Salcedo como um espaço de alfabetização para os camponeses da região de Sutatenza. Mais tarde, outras iniciativas inspiradas por esse exemplo se expandiram pelo continente latino e chegaram à teoria educacional de Paulo Freire e Mario Kaplún, desdobrando-se nas chamadas rádios populares, baseadas na comunicação dialógica e na participação ativa das classes subalternas (LÓPEZ VIGIL, 2004).

Outros exemplos surgiram com a premissa de permitir, aos atores sociais que antes não tinham acesso aos meios de comunicação de massa, produzir seu conteúdo de maneira independente, como as rádios amadoras revolucionárias nicaraguenses e cubanas e as rádios sindicais bolivianas apoiadas por trabalhadores mineiros. As rádios livres brasileiras foram utilizadas como uma forma de resistência à ditadura militar e, após a redemocratização do país, ficaram conhecidas como rádios comunitárias. Há vários outros modelos desse tipo ligados ao rádio tradicional na América Latina.

Na esteira das experiências precursoras com rádio tradicional, muito recentemente, houve o protagonismo das rádios universitárias e *web* rádios, mas atualmente é o movimento podcasting que está em evidência. De acordo com Bonini (2015), entre aqueles que utilizam o podcasting para atividades com fins sociais, estão principalmente produtores independentes motivados pelas inovações trazidas pela tecnologia *streaming*, entusiastas de uma linguagem radiofônica mais expressiva e artística e “transmissores piratas” que mantêm viva a radiodifusão clandestina.

Corroborando com o entendimento de um rádio independente e de caráter social, McHugh (2020) elucida que adquirir as condições necessárias para a produção de um podcast é um processo de inclusão que permite aos indivíduos e suas organizações se mobilizarem para serem ouvidos. Algumas vezes, estes grupos são marginalizados e desconsiderados do debate público, tais como minorias políticas ou religiosas, comunidades periféricas, rurais e tradicionais, movimentos LGBTQIA+, deficientes e idosos, entre outros grupos sociais.

Trazendo esse entendimento para a realidade brasileira, foram escolhidos dois podcasts para exemplificar como o rádio independente e de caráter social, inserido no movimento podcasting, funciona em situações práticas: podcast Redes da Maré e podcast Cirandeiras.

Materiais e métodos

A seleção dos podcasts Redes da Maré e Cirandeiras foi feita após uma pesquisa exploratória no Spotify, a plataforma de agregação de podcasts mais utilizada pelos produtores brasileiros (ABPOD, 2021). Foram escolhidos dois podcasts, pois os autores definiram previamente a utilização de, no máximo, dois exemplos para fundamentar os argumentos. A pesquisa foi realizada nos meses de agosto e setembro de 2022, com foco em programas relevantes para o estudo que se enquadram em cinco categorias do Spotify: educação, sociedade e cultura, documentário, política e ativismo.

Devido à grande diversidade de programas, a busca inicialmente se concentrou na descrição de podcasts no Spotify para verificar se estavam alinhados com o propósito do estudo. O objetivo era encontrar apenas quinze produções relevantes como um ponto de encerramento para essa fase. Após isso, procedeu-se com um aprofundamento no conhecimento de cada um dos quinze podcasts considerados relevantes. Buscou-se informações sobre as pessoas envolvidas em sua produção, bem como o conteúdo de seus episódios e temporadas.

A partir dessa amostra, foram estabelecidos os seguintes critérios para a seleção final de apenas dois podcasts: a) precisavam ser iniciativas independentes de natureza social com conteúdo reivindicatório e educativo-cultural; b) poderiam ser práticas de comunicação comunitária ou projetos autorais sem compromisso com instituições, mas motivados pela defesa de causas e grupos socialmente coesos; e c) se possível, deveriam ser de diferentes regiões do Brasil em sua base geográfica de atuação. Por ser um país de dimensão continental, esperava-se, se possível, exemplificar mais de um contexto territorial.

Depois de uma análise que relacionou o referencial teórico do estudo e os critérios estabelecidos, definiu-se os podcasts Redes da Maré e Cirandeiras.

Podcast Redes da Maré

Redes da Maré⁷ é um podcast de notícias jornalísticas ligado à ONG Redes de Desenvolvimento da Maré, instituição da sociedade civil concebida pelo movimento comunitário no conjunto de 16 favelas da Maré, na cidade do Rio de Janeiro. A ONG procura alcançar a efetividade de políticas públicas para cerca de 140 mil habitantes da região por meio da mobilização e do protagonismo cidadão (REDES DA MARÉ, 2019).

Lançado em maio de 2020, o podcast Redes da Maré foi publicado semanalmente até julho do mesmo ano e depois passou a ser quinzenal. Foi inicialmente criado para dialogar com os moradores do Complexo da Maré sobre o enfrentamento da pandemia de Covid-19 causada pelo novo coronavírus (SARS-CoV-2). Ao longo da pandemia de Covid-19, o podcast produziu 40 episódios e adotava o nome “Maré em Tempos de Coronavírus”.

Em setembro de 2022, passou a se chamar Redes da Maré, expandindo as discussões para temas de interesse das comunidades periféricas, como a formação histórica e sociocultural das favelas no Rio de Janeiro, o alcance dos direitos humanos e, mais recentemente, a participação política do morador da periferia. Os recursos da ONG financiam o podcast, e a produção do conteúdo se concentra no contato pessoal com os moradores da Maré e suas problemáticas socioculturais.

O podcast Redes da Maré se propõe a pautar assuntos com base nas demandas do território, enviadas pelos próprios moradores ou por pesquisas locais realizadas pela equipe de comunicação das

⁷ Disponível em: <https://spoti.fi/3rjbmSL>

Redes da Maré. Esta é uma orientação que engloba outras iniciativas de comunicação alternativa na região, como o jornal e o site de jornalismo comunitário Maré de Notícias, a série de textos e vídeos jornalísticos Por Dentro da Maré, o boletim informativo De Olho no Corona! e as rádios comunitárias como a Rádio Maré ou as chamadas “rádios poste” (SILVA e AROUCA, 2021).

Estas iniciativas são constituídas no Brasil como meios de comunicação comunitária, que, como explica Peruzzo (2005), têm como características: cidadãos são protagonistas, e os processos comunicacionais visam a mobilização social e o exercício pleno da cidadania; o financiamento vem principalmente de trabalho voluntário, doações, apoio cultural, recursos materiais e humanos fornecidos por associações cooperativas como sindicatos e ONGs; os conteúdos são de interesse comunitário e geralmente não encontram espaço para divulgação na grande mídia.

Uma particularidade do podcast Redes da Maré é que, além de ser acessível em plataformas de *streaming*, ele chega à população na forma de um longo áudio de WhatsApp, pois cada episódio é compartilhado com os moradores por meio dos grupos do aplicativo de multiplataforma. Esta característica está diretamente relacionada com a realidade econômica do território. Afinal, segundo a produtora Geisa Lino (2020), a ideia de criar um podcast foi porque a maioria dos moradores das favelas não tem planos ilimitados de internet. Desta forma, a comunicação em áudio atinge um público mais amplo. Também se trata de um espaço de diálogo projetado para ser uma conversa informal com vocabulário acessível para todos os moradores do Complexo da Maré.

Neste contexto, o podcast é muito benéfico porque os arquivos de áudio são geralmente leves e não requerem um grande consumo de dados. Isso facilita o compartilhamento e a escuta na Internet por meio de *links* em redes sociais ou em áudio em aplicações multiplataforma, como o WhatsApp e o Telegram. Outro ponto importante é que a comunicação em áudio é consumível por um grande público, mesmo por aqueles que não sabem ler. O podcast Redes da Maré utiliza o caráter mobilizador da linguagem radiofônica para desenvolver estratégias independentes de empoderamento comunicativo e de exercício da democracia em comunidades nas quais o poder público é negligente e a mídia hegemônica explora os estereótipos ligados à violência e à pobreza.

Além do mais, o podcast cria uma relação de intimidade com os moradores, uma vez que a sua característica “tribal” aprofunda as comunidades, auxiliando, nesse caso específico, o morador da periferia

a se engajar em causas coletivas e se rebelar contra o sistema sociopolítico que o oprime (McHUGH, 2022). As ferramentas de dinamicidade, flexibilidade e interatividade propiciadas pelo movimento podcasting viabilizam os meios necessários para a produção autoral reivindicatória e anticorporativa (STERNE et al., 2008), focada nos problemas reais de interesse imediato dos moradores do Complexo da Maré.

Podcast Cirandeiras

Cirandeiras⁸ é um podcast narrativo que transita entre o formato de grande reportagem e audiodocumentário, com o objetivo de dar voz a mulheres de diferentes partes do Brasil. É um projeto independente criado pelas jornalistas Joana Suarez e Raquel Baster. Lançado em abril de 2020, o podcast teve uma frequência semanal até agosto, com episódios especiais publicados em novembro e dezembro do mesmo ano. Desde fevereiro de 2021, passou a ser publicado mensalmente.

O nome Cirandeiras foi escolhido porque a estrutura conceitual do podcast permite a formação de uma extensa rede de coletividade entre as mulheres, assim como a manifestação popular da “ciranda”, uma expressão cultural de dança praticada principalmente nos estados do Nordeste, especialmente em Pernambuco, onde as jornalistas idealizadoras atuam (SUAREZ e BASTER, 2020).

O podcast foi idealizado durante o período da pandemia de Covid-19, com a missão de dar visibilidade ao enfrentamento da crise de saúde pública por diversos grupos e comunidades populares. Sua produção se baseia na utilização de narrativas jornalísticas que partem de histórias individuais protagonizadas por mulheres para alcançar causas coletivas em que elas estão diretamente envolvidas. A essência do trabalho é mostrar como mulheres brasileiras que mudam vidas, padrões e territórios lidam com as diversas questões ligadas às suas comunidades e lutas sociais (SUAREZ, 2022).

A primeira temporada abordou o tema da pandemia da Covid-19 em 20 episódios, nos quais Suarez e Baster entrevistaram 20 mulheres de diferentes regiões do Brasil. Essas mulheres reivindicam uma variedade de problemas sociais ligados a temas como: comunidades quilombolas e indígenas; violência doméstica; encarceramento feminino; conflitos agrários; pessoas sem teto; direito à moradia; trabalho sexual; saneamento básico e reciclagem; pessoas com deficiência; racismo; questões de gênero e sexualidade; adoção; trabalho precário; entre outros (SUAREZ e BASTER, 2020). Com a primeira

⁸ Disponível em: <https://spoti.fi/3alXAd7>

temporada, o podcast foi finalista na 42ª edição do Prêmio Vladimir Herzog de Anistia e Direitos Humanos, na categoria de produção jornalística em áudio.

A segunda temporada, denominada de “Ritmos”, foi lançada em fevereiro de 2021 e aborda expressões artísticas brasileiras, com destaque para a música e a dança, sob o âmbito das culturas popular e feminista. Em maio de 2022, o projeto iniciou sua terceira temporada com o nome de “Oceanos”, que consiste em uma série de narrativas sobre e com mulheres que se conectam fortemente com sua ancestralidade e com o elemento água. Suarez e Baster apresentam histórias de vida de mulheres que vivem em comunidades costeiras ameaçadas por megaprojetos econômicos.

O podcast *Cirandeiras* não tem uma extensa infraestrutura profissional, sendo apoiado financeiramente por uma estratégia híbrida de captação de recursos. O financiamento vem da seleção em chamadas públicas e programas de bolsas de estudo ou campanhas coordenadas no estilo *crowdfunding*, isto é, a colaboração dos apreciadores do trabalho por meio de campanhas virtuais em sites como *Apoia.se*, *Catarse*, *Kickante*, etc. Mesmo assim, em todas as temporadas, a iniciativa independente propagou serviços de apoio comunitário e troca de informações que geraram uma rede nacional de mulheres para ajuda mútua.

Chama a atenção o fato de que, no Brasil, a condição independente enfrenta a barreira da sustentabilidade financeira. Em contrapartida, possibilita a liberdade editorial, condição que permite ao *Cirandeiras* cumprir a função social de criar espaços alternativos de expressão comunicativa para mulheres engajadas em demandas identitárias e de resistência cidadã. Neste sentido, como expõe Larson (2015), os criadores de podcasts independentes têm sido livres para ditar suas próprias regras de funcionamento e conteúdo, portanto podem experimentar coisas novas de maneiras que os profissionais do rádio tradicional, normalmente, não podem.

Sobre liberdade de expressão e comunicação, Baster (2020) explica que não adianta pensar na produção independente de podcasts sem considerar a estrutura da comunicação no Brasil. Segundo a jornalista, para tornar a comunicação mais acessível, é necessário discutir a concentração da mídia, já que a internet ainda não é acessível a uma grande parte da população no país. Portanto, o maior número de pessoas deve alcançar meios próprios para produção de conteúdo.

Tanto o podcast Cirandeiros como o podcast Redes da Maré representam a essência do rádio independente e de caráter social. Eles mostram como é preciso que os grupos e coletivos sociais se utilizem dos diferentes meios para reivindicar o seu direito à manifestação do pensamento, à criação, à expressão e à informação. Para isso, as alternativas oferecidas pelo movimento podcasting são uma importante estratégia. Podem ir desde longas histórias investigativas que buscam reparação histórica e justiça social até ações de fiscalização do Estado, confiança e inclusão social (McHUGH, 2020).

Considerações finais

O estudo procurou não delimitar fronteiras intransponíveis entre rádio tradicional e podcasting, pois os limites entre eles são dinâmicos. Entretanto, ao explorar o podcasting como um espaço crescente para o trânsito da linguagem radiofônica, foi possível refletir sua qualidade como reinventor de narrativas de áudio e seu potencial como parte de um rádio independente e de caráter social. Ainda que se baseie em iniciativas com fins sociais, os produtores independentes não precisam e não devem desistir de se manter atualizados com as tendências culturais e tecnológicas que norteiam o mercado de podcasting e de comunicação sonora (SILVA e OLIVEIRA, 2020).

Dedicou-se a expor a perspectiva teórica de podcasting que também é rádio para mostrar que a linguagem radiofônica transita por múltiplos meios, adaptando estratégias de produção e de recepção de acordo com o suporte tecnológico e o canal de transmissão do conteúdo. Conseqüentemente, ampliam-se as discussões sobre o presente e o futuro do rádio, pois o crescimento expressivo do podcasting vem impondo ao rádio tradicional a necessidade de se posicionar na nova “sonosfera”. Não se trata de tornar o rádio tradicional segmentado em nichos, mas de procurar, assim como o podcasting, voltar a contar mais histórias do que apenas mostrá-las (BALSEBRE, 2013).

Além disso, a participação de profissionais e programas do rádio tradicional no movimento podcasting também é crucial, pois favorece a disseminação dessa prática para vários públicos e, conseqüentemente, inspira o surgimento de novos produtores (NEWMAN e GALLO, 2019).

As experiências práticas descritas por meio dos podcasts Redes da Maré e Cirandeiros devem ser elogiadas e amplamente divulgadas. Demonstrem a função social do podcasting e a força da comunicação comunitária e das iniciativas autorais no exercício de apropriação da linguagem radiofônica. Além disso, os podcasts representam a luta pela comunicação democrática, como explicam as idealizadoras do

Cirandeiras quando afirmam que seu podcast busca construir um caminho para imaginar outros mundos feitos de pluralidade e diversidade de línguas, sotaques e formas de viver e ser (SUAREZ e BASTER, 2020).

Essas iniciativas independentes e contra-hegemônicas deixam explícito que, no Brasil, para alcançar o direito constitucional à manifestação do pensamento, à criação, à expressão e à informação, é preciso apropriação, pelos grupos e coletivos sociais, dos diferentes meios, suas linguagens e tecnologias, como espaços de participação social, resistência e exercício da cidadania.

O movimento podcasting, capitaneado pelo espírito de produção independente proporcionado pelo fácil acesso às TDICs e pela busca por recuperar as potencialidades expressivas e criativas da linguagem radiofônica, talvez possa ocupar, nos dias atuais, o lugar que Martín-Barbero (2008) anunciou para o rádio tradicional no último século: um instrumento comunicacional de representatividade cultural para os grupos populares.

Diogo Lopes de Oliveira

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8486-9824>

Universidade Federal de Campina Grande, Departamento de Comunicação Social, Campina Grande (PB), Brasil

Doutor em Comunicação Pública pela Universitat Pompeu Fabra

E-mail: diogo.lopes@professor.ufcg.edu.br

Ricardo Pavan

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6226-1562>

Universidade Federal de Goiás, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Goiânia (GO), Brasil

Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos

E-mail: pavan.ufg@gmail.com

João Djane Assunção da Silva

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0777-1409>

Universidade Federal de Goiás, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Goiânia (GO), Brasil

Mestre em Educação pela Universidade Federal da Paraíba

E-mail: joaodjane@gmail.com

<https://doi.org/10.46391/ALCEU.v23.ed50.2023.370>

ALCEU (Rio de Janeiro, online), V. 23, Nº 50, p.92-110, maio/ago. 2023

Recebido em: 13 de junho de 2023.

Aprovado em: 25 de agosto de 2023.

Referências:

ABPOD. **PodPesquisa 2020-2021**: produtores. Associação Brasileira de Podcasters, [S.l.], 2021.

BALSEBRE, Armand. “O rádio está morto. Viva o som!” ou como o rádio pode se transformar em uma nova mídia. **Significação**, São Paulo, v. 40, n. 39, p. 14-23, 2013.

_____. **El lenguaje radiofónico**. 4. ed. Madri: Cátedra, 2004.

BARROS, Luiza. **A era de ouro dos podcasts**: entenda o boom dos programas de áudio on-line. O Globo, [S.l.], abr. 2019.

BASTER, Raquel. **A ciranda das mulheres que percorre o Brasil em podcast**. Entrevista para Lucas Bois. Jornalistas Livres, [S.l.], jun. 2020.

BONINI, Tiziano. The “second age” of podcasting: reframing podcasting as a new digital mass medium. **Quaderns Del CAC**, v. 18, n. 41, p. 21-30, jul. 2015.

BOTTOMLEY, Andrew J. Podcasting: A Decade in the Life of a “New” Audio Medium: Introduction. **Journal of Radio & Audio Media**, [S.l.], v. 22, n. 2, p. 164-169, nov. 2015.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília: Senado Federal, Coordenação de Edições Técnicas, 2022.

CLARK, Brad; McLEAN, Archie. Revenge of the Nerds: How Public Radio Dominated Podcasting and Transformed Listening to Audio. In: HENDRICKS, John Allen (ed.). **Radio's Second Century**: Past, Present, and Future Perspectives. New Brunswick, Estados Unidos: Rutgers University Press, 2020.

FERRAZ, Nivaldo; GAMBARO, Daniel. Podcast e radiojornalismo: uma aproximação entre a mídia formal e as novas experiências de produção e escuta. **Novos Olhares**, São Paulo, v. 9, n. 1, p. 155-172, 2020.

GODINEZ GALAY, Francisco. Movimiento podcaster: La nueva concreción de la radio libre. **Question/Cuestión**, La Plata, Argentina, v. 1, n. 46, p. 135-150, abr./jun. 2015.

<https://doi.org/10.46391/ALCEU.v23.ed50.2023.370>

ALCEU (Rio de Janeiro, online), V. 23, Nº 50, p.92-110, maio/ago. 2023

HERSCHMANN, Micael; KISCHINHEVSKY, Marcelo. A “geração podcasting” e os novos usos do rádio na sociedade do espetáculo e do entretenimento. **FAMECOS**, Porto Alegre, v. 15, n. 37, p. 101-106, dez. 2008.

LARSON, Sarah. “**Serial,**” **Podcasts, and Humanizing the News.** *The New Yorker*, [S.l.], fev. 2015.

LINO, Geisa. **Podcast, jornal e 'rádio de poste'**: moradores da Maré usam meios comunitários para se informar durante pandemia. Entrevista para Matheus Rodrigues. G1 Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, jun. 2020.

LLINARES, Dario; FOX, Neil; BERRY, Richard (ed.). **Podcasting: New Aural Cultures and Digital Media.** Cham, Switzerland: Palgrave Macmillan, 2018.

LÓPEZ VIGIL, José Ignacio. **Ciudadana radio: el poder del periodismo de intermediación.** Caracas, Venezuela: UCAB, 2004.

MARKMAN, Kris M. Considerations – Reflections and Future Research. Everything Old is New Again: Podcasting as Radio’s Revival. **Journal of Radio & Audio Media**, [S.l.], v. 22, n. 2, p. 240-243, nov. 2015.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia.** 5. ed. Trad. Ronald Polito e Sérgio Alcides. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2008.

McHUGH, Siobhan. Podcasts: o rádio reinventado. **Correio da UNESCO**, [Paris], p. 7-9, jan./mar. 2020.

_____. **The Power of Podcasting: Telling stories through sound.** Sydney, Austrália: UNSW Press, 2022.

MEDIA OWNERSHIP MONITOR. **Quem controla a mídia no Brasil?** Media Ownership Monitor, [S.l.], 2017.

NEWMAN, Nic; GALLO, Nathan. **News Podcasts and the Opportunities for Publishers.** Oxford, Reino Unido: Reuters Institute for the Study of Journalism, 2019.

PEIXOTO, Pablo. **Vlog & videocast: guia básico.** Nova Iguaçu: Marsupial Editora, 2014.

PERUZZO, Cicilia Maria Krohling. Aproximações entre a comunicação popular e comunitária e a imprensa alternativa no Brasil na era do ciberespaço. **Galáxia**, São Paulo, n. 17, p. 131-146, jun. 2009.

_____. Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendências. **Comunicação & Sociedade**, São Bernardo do Campo, ano 26, n. 43, p. 67-84, 2005.

REDES DA MARÉ. **Censo Populacional da Maré.** Rio de Janeiro: Redes da Maré, 2019.

SILVA, Eliana Sousa; AROUCA, Luna. **Maré diz não ao coronavírus**: a jornada da Redes da Maré por saúde e direitos em meio à pandemia. Rio de Janeiro: Mórula, 2021.

SILVA, João Djane Assunção da; OLIVEIRA, Diogo Lopes de. Audiodocumentário no cenário podcasting: por um rádio independente e de caráter social. **Radiofonias**, Mariana, v. 11, n. 1, p. 182-199, jul./dez. 2020.

SPOTIFY. **Culture Next – Volume 2**. Spotify Advertising, [S.l.], 2020.

_____. **Culture Next – Volume 3**. Spotify Advertising, [S.l.], 2021.

STERNE, Jonathan. *et al.* **The politics of podcasting**. The Fibreculture Journal, [S.l.], 2008.

SUAREZ, Joana. **Cirandeiras**. Joana Suarez, [S.l.], 2022.

_____; BASTER, Raquel. **Cirandeiras Podcast**. Apoia.se., [S.l.], out. 2020.

Este artigo é publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Attribution Non-Commercial (CC-BY-NC 4.0), que permite que outros remixem, adaptem e criem a partir do seu trabalho para fins não comerciais, e embora os novos trabalhos tenham de lhe atribuir o devido crédito e não possam ser usados para fins comerciais, os usuários não têm de licenciar esses trabalhos derivados sob os mesmos termos.