

## A função social dos podcasts independentes<sup>1</sup>

João Djane Assunção da SILVA<sup>2</sup>

Ricardo PAVAN<sup>3</sup>

Diogo Lopes de OLIVEIRA<sup>4</sup>

Universidade Federal de Goiás (UFG)  
Universidade Federal de Campina Grande (UFCG)

### RESUMO

Neste trabalho, 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 Cirandeiros, um projeto no Nordeste do Brasil que dá voz a diversas causas feministas.

**PALAVRAS-CHAVE:** comunicação; linguagem radiofônica; rádio social; *podcasting*; podcast independente.

### INTRODUÇÃO

Segundo Bottomley (2015) ainda não há consenso acadêmico sobre a natureza do *podcasting*, já que pode ser considerado uma extensão do rádio ou um meio distinto com características próprias. De acordo com Sterne *et al.* (2008), o *podcasting* é um conjunto de tecnologias, práticas e instituições que utilizam estratégias radiofônicas diferentes das do rádio tradicional. Por sua vez, McHugh (2020; 2022) argumenta que o *podcasting* é

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na Divisão Temática 4 - Comunicação Audiovisual do 23º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste.

<sup>2</sup> Jornalista e educador. Doutorando em Comunicação na Faculdade de Informação e Comunicação da Universidade Federal de Goiás (UFG). E-mail: [joaodjane@gmail.com](mailto:joaodjane@gmail.com)

<sup>3</sup> Doutor em Ciências da Comunicação. Professor na Faculdade de Informação e Comunicação da Universidade Federal de Goiás (UFG). E-mail: [pavan.ufg@gmail.com](mailto:pavan.ufg@gmail.com)

<sup>4</sup> Doutor em Comunicação Pública. Professor na Unidade Acadêmica de Arte e Mídia da Universidade Federal de Campina Grande (UFCG). E-mail: [diogo.lopes@professor.ufcg.edu.br](mailto:diogo.lopes@professor.ufcg.edu.br)

um “rádio reinventado”, pois os criadores de podcasts não surgiram de um “*big bang* de áudio”, mas adaptaram as fórmulas do rádio tradicional e as desenvolveram com novas tecnologias, desde a produção até a publicação na internet.

Este estudo sugere que existem diferenças entre o rádio tradicional e o *podcasting*, especialmente em relação à dinâmica de produção e consumo relacionada à estrutura tecnológica. No entanto, propõe que o rádio tradicional e o *podcasting* sejam posicionados dentro do mesmo campo semântico, do ponto de vista do áudio como uma linguagem que, além de suas potencialidades comunicativas e expressivas (BALSEBRE, 2004), valoriza a dimensão experimental e a função social da comunicação sonora.

### **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 (SPOTIFY, 2020; 2021).

Na contramão das diretrizes editoriais e de financiamento que sustentam grandes grupos de comunicação radiofônica no Brasil, destaca-se 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.

O rádio independente e de caráter social contempla iniciativas individuais ou coletivas que se apropriam das Tecnologias Digitais de Informação e Comunicação (TDICs) e exploram a expressividade e autoria da linguagem radiofônica (SILVA; OLIVEIRA, 2020). Essas ações podem ser lideradas por Organizações Não Governamentais (ONGs), movimentos sociais, projetos universitários que extrapolam o espaço educacional, bem como iniciativas autorais sem vínculos institucionais, mas que estabelecem conexões com uma causa, grupo ou comunidade (PERUZZO, 2009).

Ações que constituem o rádio independente e de caráter social são herdeiras das experiências radiofônicas surgidas no contexto das lutas pela liberdade, direito à informação e comunicação na América Latina. Por exemplo, as diversas iniciativas que 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).

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.

## METODOLOGIA

Para exemplificar o estudo na prática, são descritos dois podcasts brasileiros: Redes da Maré, uma iniciativa de comunicação comunitária na periferia do Rio de Janeiro e Cirandeiros, um projeto no Nordeste do Brasil que dá voz a diversas causas feministas.

A seleção dos podcasts foi feita após uma pesquisa exploratória no Spotify, que é a plataforma de agregação de podcasts mais utilizada pelos produtores brasileiros (ABPOD, 2021). A pesquisa se concentrou 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 e categorias, a busca inicialmente se concentrou na descrição dos 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.

## REDES DA MARÉ E CIRANDEIRAS

Redes da Maré é um podcast jornalístico vinculado à ONG Redes de Desenvolvimento da Maré, uma instituição da sociedade civil concebida pelo movimento comunitário nas dezesseis favelas que compõem o Complexo da Maré, na cidade do Rio de Janeiro. Lançado em maio de 2020, o podcast foi publicado semanalmente até julho do mesmo ano e depois passou a ser quinzenal.

Durante a pandemia de Covid-19, o podcast produziu quarenta episódios e adotou o nome “Maré em Tempos de Coronavírus”. Em setembro de 2022, o podcast 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 do Rio de Janeiro, a garantia dos direitos humanos e, mais recentemente, a participação política dos moradores das periferias.

Uma particularidade do podcast é que, além de ser disponibilizado em plataformas de *streaming*, ele também é compartilhado com a população na forma de um longo áudio de WhatsApp. Essa característica está diretamente relacionada com a realidade econômica do território, pois a maioria dos moradores das favelas não possui planos de internet ilimitados, como explicou a produtora Geisa Lino (2020).

Essa iniciativa é constituída como meio de comunicação comunitária e utiliza o caráter mobilizatório da linguagem radiofônica para desenvolver estratégias independentes de empoderamento comunicativo e de exercício da democracia. Através da sua característica “tribal”, o podcast cria uma relação de intimidade com os moradores, ajudando-os a se envolver em causas coletivas (MCHUGH, 2022).

Já o Cirandeiras é um podcast narrativo que transita entre o formato de grande reportagem e de audiodocumentário, com o objetivo de ouvir mulheres de diferentes partes do Brasil. É um projeto independente criado pelas jornalistas Joana Suarez e Raquel Baster. O podcast foi lançado em abril de 2020, sendo publicado semanalmente até agosto do mesmo ano. A partir de 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; BASTER, 2020).

O podcast nasceu durante a pandemia com a missão de dar visibilidade ao enfrentamento da crise de saúde pública por diversos grupos e comunidades populares. A produção utiliza narrativas jornalísticas que partem de histórias individuais protagonizadas por mulheres para alcançar causas coletivas em que elas estão diretamente envolvidas (SUAREZ, 2022).

A primeira temporada teve vinte episódios e discutiu a pandemia da Covid-19, contando com entrevistas de mulheres de diferentes regiões do Brasil, sendo quinze negras ou indígenas. A segunda temporada, chamada “Ritmos”, lançada em fevereiro de 2021, explora expressões artísticas brasileiras sob o enfoque da cultura popular e feminista. Em maio de 2022, a terceira temporada foi lançada com o nome “Oceanos”, uma série de narrativas sobre mulheres que se conectam com sua ancestralidade e o elemento água.

O podcast Cirandeiras é financiado por recursos obtidos por meio de seleção em chamadas públicas, programas de bolsas de estudo ou campanhas coordenadas no estilo *crowdfunding*, através da colaboração dos apreciadores do trabalho por meio de campanhas virtuais em *sites* como Apoia.se.

No Brasil, a condição independente de produção enfrenta desafios financeiros para a sustentabilidade, mas permite maior liberdade editorial, possibilitando ao Cirandeiras criar espaços alternativos de expressão comunicativa para mulheres engajadas em demandas identitárias e de resistência.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao explorar o *podcasting* como um espaço crescente para a circulação 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 (SILVA; OLIVEIRA, 2020).

Iniciativas independentes e contra-hegemônicas como os podcasts Redes da Maré e Cirandeiras deixam explícito que no Brasil, para alcançar o direito constitucional à manifestação do pensamento, a criação, a expressão e a 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 ao buscar a recuperação das 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.

## REFERÊNCIAS

- ABPOD. **PodPesquisa 2020-2021**: produtores. Associação Brasileira de Podcasters, [S.I.], 2021. Disponível em: <https://bit.ly/3m7yrcj> Acesso em: 10 jan. 2022.
- BALSEBRE, A. **El lenguaje radiofónico**. 4. ed. Madri: Cátedra, 2004.
- BONINI, T. 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. Disponível em: [https://www.cac.cat/sites/default/files/2019-01/Q41\\_Bonini\\_EN\\_0.pdf](https://www.cac.cat/sites/default/files/2019-01/Q41_Bonini_EN_0.pdf) Acesso em: 25 fev. 2023.
- BOTTOMLEY, A. J. Podcasting: A Decade in the Life of a “New” Audio Medium: Introduction. **Journal of Radio & Audio Media**, [S.I.], v. 22, n. 2, p. 164-169, nov. 2015. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/19376529.2015.1082880> Acesso em: 25 fev. 2023.
- LINO, G. **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. Disponível em: <https://glo.bo/3mnmZ9k> Acesso em: 07 dez. 2022.
- LÓPEZ VIGIL, J. I. **Ciudadana radio**: el poder del periodismo de intermediación. Caracas, Venezuela: UCAB, 2004.
- MARTÍN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. 5. ed. Trad. Ronald Polito e Sérgio Alcides. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2008.
- MCHUGH, S. Podcasts: o rádio reinventado. **Correio da UNESCO**, [Paris], p. 7-9, jan./mar. 2020. Disponível em: [https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000372610\\_por](https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000372610_por) Acesso em: 12 jan. 2023.
- MCHUGH, S. **The Power of Podcasting**: Telling stories through sound. Sydney, Austrália: UNSW Press, 2022.
- PERUZZO, C. M. K. 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. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/3996/399641243011.pdf>  
Acesso em: 01 abr. 2023.

SILVA, J. D. A.; OLIVEIRA, D. L. Audiodocumentário no cenário podcasting: por um rádio independente e de caráter social. **Radiofonias**, Mariana, v. 11, n. 1, p. 182-199, jul./dez. 2020. Disponível em: <https://periodicos.ufop.br/radiofonias/article/view/4328>  
Acesso em: 10 dez. 2022.

SPOTIFY. **Culture Next – Volume 2**. Spotify Advertising, [S.I.], 2020. Disponível em: <https://ads.spotify.com/pt-BR/culture-next/the-2020-report/> Acesso em: 10 dez. 2022.

SPOTIFY. **Culture Next – Volume 3**. Spotify Advertising, [S.I.], 2021. Disponível em: <https://culturenext.byspotify.com/pt-BR> Acesso em: 04 dez. 2022.

STERNE, J. *et al.* **The politics of podcasting**. The Fibreculture Journal, [S.I.], 2008. Disponível em: <https://thirteen.fibreculturejournal.org/fcj-087-the-politics-of-podcasting/> Acesso em: 06 jan. 2023.

SUAREZ, J. **Cirandeiras**. Joana Suarez, [S.I.], 2022. Disponível em: <https://www.joanasuarez.org/projetos> Acesso em: 01 dez. 2022.

SUAREZ, J.; BASTER, R. **Cirandeiras Podcast**. Apoia.se., [S.I.], out. 2020. Disponível em: <https://apoia.se/cirandeiraspodcast> Acesso em: 01 dez. 2022.