

Ana Luísa Pasin Valle

**COMUNICAÇÃO E CULTURAS PERIFÉRICAS  
COMO ESPAÇO DE RESISTÊNCIA E LUTA: UM  
ESTUDO DE CASO DO PODCAST DAS REDES DA  
MARÉ - RJ**

CELACC/ECA-USP  
2022



Ana Luísa Pasin Valle

**COMUNICAÇÃO E CULTURAS PERIFÉRICAS  
COMO ESPAÇO DE RESISTÊNCIA E LUTA: UM  
ESTUDO DE CASO DO PODCAST DAS REDES DA  
MARÉ - RJ**

Trabalho de conclusão do curso de pós-graduação em Mídia, Informação e Cultura produzido sob orientação da Professora Fabiana Felix do Amaral e Silva, com conclusão em abril de 2022.

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>4</b>
<b>2 O CONCEITO DE COMUNICAÇÃO PERIFÉRICA E COMUNITÁRIA .....</b>	<b>6</b>
<b>3 AS NOVAS AMBIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO COMUNITÁRIA.....</b>	<b>8</b>
<b>4 ESTUDO DE CASO E A DIMENSÃO DAS TERRITORIALIDADES E DA COMUNICAÇÃO .....</b>	<b>11</b>
<b>4.1 A dimensão comunitária da comunicação.....</b>	<b>14</b>
<b>4.2 Saúde mental dos moradores.....</b>	<b>15</b>
<b>4.3 Economia popular e solidária .....</b>	<b>15</b>
<b>4.4 Discussão sobre regularização fundiária .....</b>	<b>16</b>
<b>4.5 Violência .....</b>	<b>16</b>
<b>4.6 Direitos humanos .....</b>	<b>17</b>
<b>4.7 Cultura e discussões de projetos sociais .....</b>	<b>17</b>
<b>4.8 Gênero, raça e etnia.....</b>	<b>18</b>
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>20</b>
<b>BIBLIOGRAFIA .....</b>	<b>21</b>

# COMUNICAÇÃO E CULTURA PERIFÉRICAS COMO ESPAÇO DE RESISTÊNCIA E LUTA: UM ESTUDO DE CASO DO PODCAST DAS REDES DA MARÉ

Ana Luísa Pasin Valle\*

**Resumo:** Este artigo procura analisar fatores da globalização que afetam diretamente os territórios periféricos e como eles difundem informação que gera identificação, como o coletivo Redes da Maré, localizado no conjunto de favelas da Maré, no Rio de Janeiro. Na primeira parte, realizou-se uma análise teórica-conceitual sobre as características da comunicação periférica e comunitária e suas ambiências, onde o Maré em Tempos de Coronavírus, *podcast* elaborado pelo coletivo na pandemia da COVID-19, se encontra. Também compõe material de análise de entrevistas realizadas a liderança e integrantes do Redes da Maré. Por fim, buscou-se avaliar o potencial transformador dessas organizações culturais em espaços territorial e socialmente excluídos.

**Palavras-chave:** *Podcast*, Mídia, Meios Comunitários, Comunicação, Cultura

**Abstract:** This article seeks to analyze globalization factors that directly affect peripheral territories and how they disseminate information that generates identification, such as the Redes da Maré collective, located in the Maré favela complex in Rio de Janeiro. In the first part, a theoretical-conceptual analysis was carried out on the characteristics of peripheral and community communication and its ambiances, where Maré em Tempos de Coronavírus, a podcast created by the collective in the COVID-19 pandemic, is located. Field work was also carried out, where the leadership and the members of Redes da Maré were interviewed. Finally, the transformative potential of these cultural organizations in territorially and socially excluded spaces was sought.

**Keywords:** Podcast, Media, Community Means, Communication, Culture

**Resumen:** Este artículo busca analizar factores de la globalización que afectan directamente a los territorios periféricos y cómo difunden informaciones que generan identificación, como el colectivo Redes da Maré, ubicado en el conjunto de las favelas de Maré, en Río de Janeiro. En la primera parte se realizó un análisis teórico-conceptual sobre las características de la comunicación periférica y comunitaria y sus ámbitos, donde se encuentra Maré em Tempos de Coronavirus', un podcast elaborado por el colectivo en la pandemia del COVID-19. También se realizó un trabajo de campo en el que fueron entrevistados la dirección y los integrantes de Redes da Maré. Finalmente, se buscó el potencial transformador de estas organizaciones culturales en espacios territorial y socialmente excluidos.

**Palabras clave:** *Podcast*, Medios, Medios Comunitarios, Comunicación, Cultura.

\* Ana Luísa Pasin Valle é graduada em Comunicação Social – Jornalismo pela Universidade Presbiteriana Mackenzie. O presente artigo foi elaborado a título de conclusão do curso de pós-graduação em Mídia, Informação e Cultura sob orientação da professora Fabiana do Amaral, concluído em março de 2022.

## 1 INTRODUÇÃO

Ao longo dos anos, as rádios comunitárias ou rádios poste<sup>1</sup> têm se mostrado como uma alternativa para comunidades periféricas que, por vezes, não têm acesso à informação adequada. Grande parte desses meios de comunicação transmite notícias de interesse local feitas por coletivos e que têm atraído uma quantidade significativa de ouvintes.

Com o advento da internet, coletivos periféricos como o Redes da Maré, organização civil que promove o desenvolvimento sustentável do conjunto de dezesseis favelas da Maré no Rio de Janeiro, têm utilizado meios digitais de comunicação para realizar atos em prol dos direitos da população local, em especial o “*podcast* comunitário”. As ações executadas por esse coletivo estão ocupando os espaços formados por “populações excluídas de procedimentos velozes dos bens de consumo”: “esse horizonte da contemporaneidade em que se perfilam, de maneira cada vez mais delimitada, dois distintos grupos, produz uma nova fórmula social regulada pela violência e crueldade” (PAIVA, 2005, p. 16).

Apesar deste cenário de “perversidade sistêmica” e exclusão social ocasionados pela globalização (SANTOS, 2003), o Redes da Maré tem ganhado visibilidade nas redes sociais e imprensa e tem conquistado prêmios relevantes com projetos compostos por quatro eixos distintos. São eles: Arte, Cultura, Memória e Identidade; Desenvolvimento Territorial; Direito à Segurança Pública e acesso à Justiça; e Educação.

Diante dessas bases, o trabalho tem como objetivo analisar o projeto “Maré em Tempos de Coronavírus”, do Eixo Direito à Segurança Pública e Acesso à Justiça, que ganhou certa notoriedade em meio à pandemia da COVID-19, entre 2020 e 2021. Com diversos formatos de conteúdo, o que, possivelmente, ganhou notoriedade e se tornou objeto de estudo do trabalho foi o *podcast* deste projeto, com a capacidade de difusão por todo o complexo de favelas via aplicativo *Spotify*, “Audião do Zap” (*WhatsApp*) e *Messenger* do *Facebook*. O descobrimento do *podcast* se deu por meio de uma matéria de 2020 feita pelo portal G1 (RODRIGUES, 2020) intitulada “Podcast, jornal e 'rádio de poste': moradores da Maré usam meios comunitários para se informar durante pandemia”,

---

<sup>1</sup> As rádios-postes são emissoras que transmitem por alto-falantes nos postes das ruas e praças. A maioria delas transmite apenas músicas e anúncios comerciais, porém algumas equipes dão preferência aos programas comunitários.

e chama a atenção, pois, segundo o site, esse meio de comunicação comunitário atinge mais os moradores do que a própria mídia tradicional de radiodifusão.

Partindo do pressuposto de que esse tipo de comunicação pode estar dispendendo de uma ascensão significativa, quais fatores influenciam para que essas redes periféricas comuniquem a sua existência através de plataformas como o *podcast* comunitário? De um lado, a disseminação do conteúdo digital também se mostra muito mais prática e confortável que a radiofônica, pois pode ser gravada, publicada e, depois, enviada para um servidor. Para que o conteúdo do rádio seja ouvido, há a necessidade de aparelhos que transmitam ondas eletromagnéticas e de receptores de antenas de rádio para sintonizá-los. Trata-se de um processo muito mais complexo e custoso do que um simples *upload* do computador ou celular. De outro lado, há a popularização desses programas de áudio em todo o território nacional, principalmente depois do surgimento dos *streamings* de música como *Spotify*, *Deezer*, *Youtube Music*, *Apple Music*, *Amazon Music*, entre outros.

O portal B9 (2019) publicou uma pesquisa do *Spotify* e, de acordo com os dados do *streaming*, o consumo de *podcast* tem crescido cerca de 21% mensalmente desde janeiro de 2018. Um outro estudo feito pelo Podcast Stats Soundbite (2019) comprova que o Brasil é o segundo país que mais ouve *podcast* no mundo, ficando atrás apenas dos Estados Unidos. Isso demonstra a relevância de estudar esse meio de comunicação que pode ter se tornado um hábito entre brasileiros.

Para amparar a discussão, apresenta-se uma base teórica-conceitual sobre comunicação comunitária e periférica e suas novas ambiências, bem como um estudo de caso que nos insere na dimensão das territorialidades e da comunicação com considerações finais. Analisam-se os episódios do *podcast* Maré em Tempos de Coronavírus, sua linguagem e o que mudou ao longo das gravações – do episódio 1 ao 40 – enviado ao site no dia 20/12/2021. Também se apresenta um levantamento netnográfico (KOZINETS, 2014) das relações do *podcast* e uma análise das ações da Rede da Maré, realizando um trabalho de campo por meio de entrevistas semiestruturadas com a liderança do Redes da Maré e seus colaboradores.

O estudo foi realizado por meio de uma análise de conteúdo, que, de acordo com Bardin (2011), pressupõe:

[...] observar a posteriori os aperfeiçoamentos materiais e as aplicações abusivas de uma prática que funciona há mais de meio século. Mas também é pôr em questão as suas condições de aparecimento e de extensão em diversos setores das ciências humanas, e tentar clarificar

as relações que a análise de conteúdo mantém ou não com disciplinas vizinhas pelo seu objeto ou pelos seus métodos. (BARDIN, 2011, p. 13).

Foram analisadas temáticas sobre demandas territoriais, a disseminação dessa comunicação dentro da comunidade, o que fez com que procurassem esse tipo de transmissão para combater um problema vigente no território e o que foi observado nesse projeto comunicacional ao longo dos meses.

## **2 O CONCEITO DE COMUNICAÇÃO PERIFÉRICA E COMUNITÁRIA**

Visto como um “processo de articulação, mobilização e diálogo entre a população de baixa renda e marginalizada na base dos movimentos populares” (CUSTÓDIO, 2016, p. 1), o conceito de comunicação periférica e comunitária é uma forma de democratizar a mídia brasileira e compartilhar informação com a comunidade. Esse conceito de comunicação também pode transgredir o domínio econômico da mídia globalizada, sendo que 50% das concessões de TV, rádio, jornais impressos e plataformas digitais estão sob detenção de emissoras como Globo, Record, SBT, Grupo Bandeirantes e Rede TV. Ou seja, de acordo com a organização Intervezes e a ONG Repórteres Sem Fronteiras, “os meios de comunicação da América Latina estão sob o controle do setor corporativo e de famílias empresárias que se vinculam junto às elites econômicas e políticas” (INTERVOZES, 2018).

Segundo Machado, Magri e Masagão (1987 *apud* PRIMO; TRÄSEL, 2005, p. 17), o mecanismo de concessões não é um mero serviço técnico, mas um sistema de controle das emissões pelo poder de Estado. A sua simples existência já é uma forma de censura, pois sua função é discriminar os que estão autorizados a falar e os que estão condenados a ouvir. Na maioria dos casos, essas concessões são dadas a pessoas com influência política e econômica e precisam ter uma certa formação no ramo. Ou seja, as camadas mais pobres da população parecem não ter voz nessa forma de transmissão massiva.

Diferentemente da comunicação local, que, por vezes, pode ser difundida até mesmo por meios de comunicação de massa, a comunitária e periférica se caracteriza, segundo Peruzzo, por:

- a) Ter como objetivo divulgar assuntos específicos das comunidades, de movimentos coletivos e de segmentos populacionais ou do interesse

público, que normalmente não encontram espaço na mídia convencional.

b) Usar como estratégia a participação direta das pessoas do próprio lugar na programação e em geral também na gestão do veículo de comunicação. O receptor pode se tornar emissor e vice-versa.

c) Quem produz (cria, fala, redige, edita, transmite etc) as mensagens não é necessariamente um especialista, o profissional de comunicação, mas o cidadão comum.

d) Ter como força motriz a meta de contribuir para o desenvolvimento comunitário como forma de ampliar o exercício dos direitos e deveres de cidadania.

e) Não ter finalidades lucrativas. É autofinanciada, ou recebe doações, além de trabalhar apenas com apoio cultural e não com anúncios publicitários. Há um entendimento de que caso haja excedentes e econômicos, esses não devam ser apropriados privadamente, mas revertidos para a sustentabilidade e investimentos do próprio meio de comunicação. (PERUZZO, 2003, p. 8).

Isso faz com que esse tipo de comunicação resista às barreiras político-econômicas observadas e se torne um processo de mobilização coletiva ainda mais relevante em meio ao contexto transmidiático em que vivemos.

Esse cenário de movimento social marcado por uma comunicação em espaços historicamente marginalizados na sociedade é, de acordo com Zibechi (2007), algo significativo que, desde o início dos anos 90, derrubou dois presidentes no Equador e na Argentina, entre outros contextos latino-americanos: “em outros países essa mobilização parou ou atrasou os processos de privatização, promovendo massivas ações de rua, que às vezes levavam a rebeliões. Assim como negociações com a própria elite, que era forçada a levar em conta as necessidades da população” (ZIBECHI, 2007, p. 21).

Ao dispor de uma comunicação comunitária, organizada e conscientizada, o movimento Redes da Maré também possui outra característica que se assemelha ao contexto percebido por Zibechi: a “territorialização”. Ele analisa o espaço em que algumas mobilizações se encontram e explica que:

Boa parte dessas características comuns derivam da territorialização dos movimentos, ou seja, de suas raízes em espaços físicos recuperados ou conquistados por meio de longas lutas, abertas ou clandestinas. É a resposta estratégica dos pobres à crise da antiga territorialidade da fábrica e da fazenda, e à reformulação pelo capital dos antigos modos de dominação. A desterritorialização produtiva (atravessando ditaduras e contrarreformas neoliberais) colocou em crise os antigos movimentos, enfraquecendo sujeitos que viam evaporar-se as territorialidades em que haviam conquistado poder e sentido. A derrota abriu um período, ainda inacabado, de rearranjos que se refletiram, entre outros, na reconfiguração do espaço físico. O resultado, em todos os países, embora com diferentes intensidades, características e ritmos, é a



realocação ativa de setores populares em novos territórios, muitas vezes localizados nas margens das cidades e áreas de produção rural intensiva. (ZIBECHI, 2007, p. 23, tradução nossa).

Essa segunda particularidade contribui para que a instituição adquira um poder formado pela união local contra este cenário de globalização, que os subjugou a uma condição de violência, subemprego, miséria, fome, falta de acesso à informação e vulnerabilidade frente a pandemias como a COVID-19.

### **3 NOVAS AMBIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO COMUNITÁRIA**

Atualmente, o conteúdo, de maneira geral, pode ser distribuído de forma crossmidiática quando uma mesma mensagem é transmitida em diferentes tipos de mídia, e transmidiática, que conta narrativas complementares em diferentes mídias. O segundo termo se refere a uma nova estética que surgiu em resposta à convergência das mídias – uma estética que faz novas exigências aos consumidores e depende da participação ativa de comunidades de conhecimento (JENKINS, 2009).

Essa nova maneira de se comunicar abriu portas para outras formas de se fazer mídia, sem precisar de um centro transmissor. Uma delas é o *podcast*, que nada mais é do que:

[...] uma palavra que nasce da junção entre iPod, uma marca de aparelhos multiplayer para arquivos digitais de áudio e a palavra casting, que significa difusão ou distribuição midiática. Na prática, trata-se um arquivo digital de áudio, produzido através de algum aparelho tecnológico digital de captura e gravação de som, que é também disponibilizado na rede internacional de computadores, numa página específica na Internet, num blog, ou em qualquer outro ambiente virtual online de acesso livre ou não. (BITO; SANTOS, 2011, p. 1-2).

Esse meio de comunicação é usado tanto pela grande mídia de massa quanto pelos “podcasters”, ou seja, produtores de *podcasts* que normalmente criam conteúdo de maneira individual. Esse tipo de produto também pode se assemelhar a um *blog*, que é um dos modelos mais usados pelo *marketing* atualmente.

O fácil acesso aos *smartphones* e o crescimento do consumo de conteúdo *mobile* pode ter desencadeado uma certa migração de pessoas que normalmente ouviam rádio analógico para o áudio digital. Porém, o meio radiofônico não deixou de existir; ele simplesmente convergiu com o fenômeno do *podcast*, que é facilmente acessado pelo

usuário na internet. Isso ocorre, pois “os novos consumidores são migratórios, demonstrando uma declinante lealdade a redes ou meios de comunicação” (JENKINS, 2009, p. 45). Além disso, há a mobilidade, que, de acordo com Paiva (2019), também é uma das características dos dispositivos portáteis, assim como a personalização e a segmentação da informação, que hoje são aspectos que marcam toda a produção midiática.

Presume-se que os impactos causados pela COVID-19 e o uso de *smartphones* com um valor acessível fizeram com que os moradores do Complexo da Maré utilizassem meios de comunicação comunitários para se informar durante a pandemia. Uma matéria do portal G1 (RODRIGUES, 2020) mostra que os moradores têm usado recursos midiáticos como “rádio poste”, *podcast* e jornal. Isso gerou uma mudança significativa neste local periférico abandonado pelo Estado e onde não há tantos recursos.

O que move a minoria é o impulso de transformação. É isso que Deleuze e Guattari escrevem no conceito de “devir minoritário”. Isto é, minoria não como um sujeito coletivo absolutamente idêntico a si mesmo e numericamente definido, mas como um fluxo de mudança que atravessa um grupo, na direção de uma subjetividade não capitalista. (SODRÉ, 2005, p. 12).

Apesar de muitos moradores ainda não terem acesso à internet ou obterem um sinal de pouca qualidade, muitos utilizam o *WhatsApp*, que é um aplicativo leve e que não necessita de muita internet para funcionar. Isso possibilitou a distribuição de conteúdo via mensagens de voz pela plataforma, o famoso “Audião do Zap”. O som nada mais é do que o *podcast* “Maré em Tempos de Coronavírus”, também transmitido pelo aplicativo de música *Spotify*, que ficou muito conhecido no território da Maré no período da pandemia.

Avancemos, pois, nessa direção e experimentamos o conceito de minoria como um lugar. O que é ser um lugar? Lugar é a localização de um corpo ou de um objeto, portanto é espaço ocupado. Assim dizemos que território é espaço afetado pela presença humana, portanto um lugar da ação humana. (SODRÉ, 2005, p. 12).

Essa sucessão de acontecimentos pode ter repercutido na mudança de comportamento dos cidadãos das periferias cariocas e necessitou ser observada de maneira aprofundada ao longo deste estudo.

Utilizar essas novas ambiências faz com que os coletivos e as ações periféricas ocupem espaços que antes eram reservados às outras camadas da população com acesso à uma nova ordem gerida pela globalização.

E de fato, a nova ordem cada vez mais privilegia um número diminuto de povos e indivíduos capazes de experimentar continuamente todas as novas proposições midiáticas, e coloca de lado um número cada vez maior de indivíduos e populações excluídas dos procedimentos velozes dos bens de consumo. (PAIVA, 2005, p. 16).

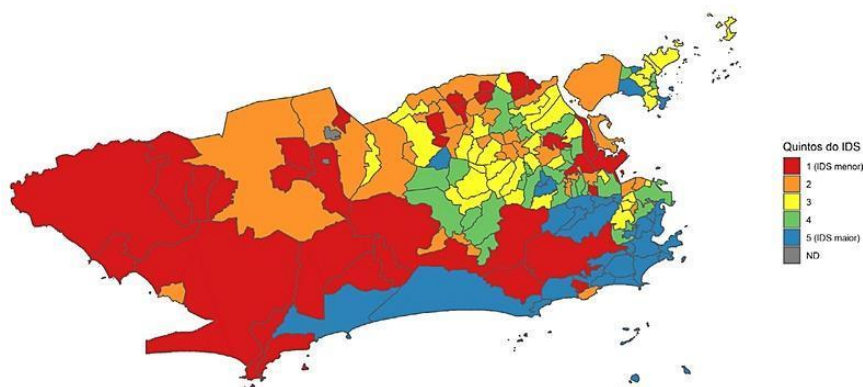
Organizações periféricas como o Redes da Maré têm demonstrado força para escapar desse sistema hegemônico que os priva de uma comunicação digna e um jornalismo emancipatório que, conforme Dennis de Oliveira (2014), é contra as estruturas institucionais e não institucionais de opressão. De certa forma, isso pode ser considerado uma conquista do direito à cidadania de moradores locais, independentemente do espaço em que vivem.

Ao mesmo tempo em que essa luta constante ocorre, a pandemia da COVID-19 gerou uma necessidade ainda maior de informação, pois o número de pessoas em vulnerabilidade social que foi contaminado ou foi a óbito, em regiões periféricas no Brasil, se tornou extremamente significativo. Isso fez com que os coletivos locais se mobilizassem ainda mais para que a comunicação comunitária tivesse êxito o mais rápido possível.

De acordo com o Ipea (2020), de 8 de março a 13 de junho de 2020, a mortalidade em bairros mais pobres do Rio de Janeiro concentrava o dobro dos casos de Coronavírus. Cerca de 45% dos casos foram registrados em regiões menos desenvolvidas, e 21,6% em bairros mais abastados. O Índice de Desenvolvimento Social (IDS) resume oito indicadores como renda, coleta de lixo, educação, moradia, água e esgoto e é baseado no Censo Demográfico de 2010. Conforme a pesquisa, os bairros mais ricos têm IDS 5, e os mais pobres possuem IDS 1:

**Figura 1 – Gráfico IDS**

Caracterização dos bairros do município do Rio de Janeiro de acordo com a distribuição do IDS (2010)



Fonte: Ipea (2020).

Isso demonstra a urgência de informação sobre cuidados contra o vírus nestas regiões e da luta do Redes da Maré para reverter essa estatística no complexo da Maré usando diversos meios de comunicação.

#### **4 ESTUDO DE CASO SOBRE DIMENSÃO DAS TERRITORIALIDADES E DA COMUNICAÇÃO: O *PODCAST* DA MARÉ**

A Rede de Desenvolvimento da Maré é uma organização não governamental que teve seu processo de criação iniciado em 1997 e que foi consolidada em 2007 com o intuito de valorizar o papel dos cidadãos do Complexo de dezesseis favelas da Maré, além de refletir as ações coletivas e respeitar as diferenças, de acordo com o site do Redes da Maré (2007). O movimento, fundado por Eliana Sousa Silva, tem trabalhado com cerca de vinte projetos compostos por quatro eixos diferentes, conforme já citados: Arte, Cultura, Memória e Identidade; Desenvolvimento Territorial; Direito à Segurança Pública; e Acesso à Justiça e Educação. Sua primeira iniciativa foi a criação de um exame preparatório chamado Curso Pré-Vestibular Comunitário da Maré para os moradores do conjunto de favelas terem a chance de entrar em uma universidade, da qual antes fazia parte apenas 0,5% da população. Essa ação trouxe resultados expressivos ao longo dos anos, incluindo o recebimento de prêmios como o Malala Foundation.

Atualmente, a organização Redes da Maré realizou uma de suas maiores e mais prestigiadas campanhas, a “Maré Diz Não Ao Coronavírus”, iniciada em 23 de março de 2020, juntamente com o *lockdown* de inúmeras cidades brasileiras. Há pouco tempo, a

ONG mobilizou a população local e distribuiu cerca de 17 mil cestas de alimentos e kits de higiene pessoal e limpeza. Com isso:

A empreitada se expandiu para várias outras frentes: geração de trabalho e renda; atendimento à população em situação de rua; acesso a direitos, cuidados e prevenção em saúde; e produção e difusão de informações e conteúdos. O esforço mereceu dois prêmios: o de Empreendedor Social do Ano 2020, da Folha de S. Paulo, na categoria 'Legado Pós-Pandemia' e o 'Carolina Maria de Jesus de Direitos Humanos', concedido pela Assembleia Legislativa do Rio de Janeiro. (REDES DA MARÉ, 2021, p. 11).

O movimento também buscou, ao longo desse período, registrar e comunicar aos moradores informações sobre os cuidados com pandemia da COVID-19 em diversos meios de comunicação, tais como: lambe lambes, boletins diários, carros de som, grafites e recursos midiáticos ditos anteriormente. Mas um dos que mais chamou a atenção e se tornou objeto de análise da pesquisa foi o *podcast* "Maré em Tempos de Coronavírus".

Em uma entrevista semiestruturada com a própria Eliana Souza Silva, 58 anos, fundadora e diretora da Redes da Maré e quem dá voz ao *podcast* por ser conhecida na região, ela cita que transmitir informação por essa mídia tem o objetivo de entrar no contexto dos moradores, de suas demandas de acordo com o território e das questões que os envolvem em meio ao complexo de dezesseis favelas.

Na pandemia, a quarentena era justamente você ficar em casa, estabelecer alguns determinados protocolos relacionados ao cuidado com a sua alimentação, higiene e com essa coisa do isolamento. E aí quando a gente percebe aqui, as pessoas, elas, concretamente, tiveram dificuldades de cumprir esses protocolos e muitas vezes eles não diziam nada, não dialogavam com nada sobre a realidade delas. Então, pedir para uma pessoa que adoeceu ficar isolada no quarto muitas vezes isso não dizia nada, porque as pessoas vivem em espaços muitos pequenos que não têm, por exemplo, essa divisão de cômodos de casa. E às vezes você tem famílias que têm uma configuração de ter o pai, a mãe, muitos filhos, os avós, diferentes gerações morando na mesma casa. (Eliana Souza Silva, Liderança da Rede da Maré, Entrevista concedida em 01/04/2022).

Neste contexto, o *podcast* semanal — que se tornou quinzenal em julho do mesmo ano — teve seu primeiro episódio exibido em 14 de maio de 2020 e reuniu diversas entrevistas com moradores, especialistas e colaboradores da Redes da Maré, além de divulgar as frentes do projeto "Maré Diz Não Ao Coronavírus", do qual fazia parte. Após dois anos de enfrentamento da pandemia, o *podcast*, que se difundiu em diferentes regiões

do complexo, chegou a quarenta episódios com pautas que foram se metamorfoseando ao longo do tempo, desde o pico da pandemia e informações sobre a vacinação local até entrevistas relacionadas aos direitos humanos. Cada pauta era escolhida de acordo com alguma questão do território, segundo a informada dada pela produtora do *podcast*, Geisa Lino, em entrevista para o G1 (RODRIGUES, 2020).

Em contraposição aos discursos hegemônicos da grande mídia, observa-se que o “Maré em Tempos de Coronavírus” teve um papel excepcional para os moradores por carregar a responsabilidade de informá-los, sob um viés comunitário, a respeito de uma pandemia contagiosa e que se disseminava em nível global. Eliana, a liderança da Rede da Maré, descreve que grande parte da população local tinha a necessidade de ter acesso à informação segura e de qualidade, sem ter que passar por *Fake News* (ou notícias falsas). Isso fez com ela criasse um *podcast*: “eu gostaria de eu mesma ter a minha voz falando com elas” (Eliana Souza Silva, Liderança da Rede da Maré, Entrevista concedida em 01/04/2022). Como não conseguiria reunir as pessoas, o *podcast*, segundo ela, seria uma possibilidade muito concreta de que alcançar diretamente as pessoas mais próximas.

Apesar de não existir uma análise precisa sobre a efetividade do conteúdo de áudio transmitido digitalmente, entende-se que as informações sobre vacinação e higiene surtiram efeito na medida em que houve um menor número de casos no segundo semestre de 2021 e, desde outubro do mesmo ano, de acordo com Eliana, não há registros de óbitos no território. Ou seja, observa-se uma efetividade no campo da comunicação para que houvesse esse movimento.

A gente foi trabalhando e as pessoas procuravam essas informações quando tinham alguma questão específica em relação à pandemia. Aí fizemos o Vacina Maré que, eu digo, foi um projeto, a gente foi acompanhando a vacina, quando ela chegou, né? A ponto de nos anteciparmos e propormos a vacinação na prefeitura do Rio para que a gente tivesse/fosse um espaço de vacinação em massa e em 4/5 dias conseguiu fazer um projeto do Vacina Maré que vacinou 34 mil pessoas, né? Então, na Maré são 140 mil pessoas, e a gente pensar em termos populacionais, é uma cidade de médio porte. É maior que 96% das cidades brasileiras. E a gente conseguiu aqui, em alguns momentos, estabelecer um percentual de pessoas vacinadas maior do que em relação à cidade. Então isso é a resposta no sentido da própria conscientização das pessoas pra procurarem se cuidar e melhorar a saúde nesse momento aí que precisou tanto. (Eliana Souza Silva, Liderança da Rede da Maré, Entrevista concedida em 01/04/2022).

Tendo em vista o tamanho da região e a difusão da comunicação via internet, os interesses em comum podem estar além da dimensão que a notícia percorre.

O levantamento netnográfico de episódios do programa se realizou através de uma perspectiva igualitária, com recapitulação e categorias para cada transmissão ao longo desses dois anos de luta contra a COVID-19 na Maré. Além disso, realizou-se um estudo sobre as ações consideradas relevantes nos episódios. Neste sentido, apresentam-se a seguir oito categoria/temas presentes nas narrativas comunicacionais dos episódios analisados no recorte temporal de 15 de maio de 2020 até 18 de dezembro de 2021. São elas: A Dimensão Comunitária da Comunicação; Saúde Mental dos Moradores; Economia Popular e Solidária; Discussão sobre Regularização Fundiária; Violência; Direitos Humanos; Cultura e Discussões de Projetos Sociais; e Gênero, Raça e Etnia.

#### **4.1 A dimensão comunitária da comunicação**

Crescendo gradativamente, do episódio 1 ao 40, o “Maré em Tempos de Coronavírus” tomou uma proporção relevante juntamente com o “Maré Diz Não Ao Coronavírus”, projeto no qual o *podcast* se incluía, na frente de Produção e Difusão de Informações e Conteúdo. Na grande maioria dos episódios, o *podcast* divulgava a campanha distribuindo o kit de higiene, cestas de comida e apoio às famílias. São ações como essas que influenciam diretamente na vida dos moradores do território.

Jéssica Pires, coordenadora de comunicação da Redes da Maré e responsável pelas reportagens do *podcast*, vê a organização como uma referência no enfrentamento à COVID-19. Também afirma que ela e os outros colaboradores deixaram um legado, engajando muitas pessoas e deixando um impacto sem precedentes.

Com certeza a ideia do *podcast* atingiu a comunidade de maneira geral. A gente recebia muitos retornos. Em alguns momentos nós fortalecemos a distribuição dos episódios também nas rádios locais e em comércios que tinham algum tipo de dispositivo de reprodução de áudio. Apesar do nosso principal canal de distribuição ter sido, sem dúvida, o *WhatsApp*, né? A gente optou por um formato pequeno para poder fortalecer essa distribuição pelo *WhatsApp* entendendo a força que ele tem aqui na Maré e, acho que em todos os espaços hoje. Mas na Maré a gente sentiu isso de forma bem latente por conta da dinâmica que a gente estabeleceu para recebimento dos pedidos de cestas básicas pela campanha. (Jéssica Pires, coordenadora de comunicação nas Redes da Maré, Entrevista concedida em 29/03/2022).

Esse movimento alternativo de disseminação de informação, apoiado em diversas ferramentas de mídia digital, também foi fundamental para a vacinação em massa na Maré em 2021, pois “a comunicação faz parte dos processos de mobilização dos movimentos sociais populares em toda a história e em conformidade com a capacidade de organização e com os recursos disponíveis em cada época” (PERUZZO, 2013, p. 166).

#### **4.2 Saúde mental dos moradores**

Em diversos momentos, Eliana aconselhou a comunidade sobre os cuidados com a saúde mental em tempo de pandemia, devido ao *lockdown* e aos riscos de infecção. Em entrevista, ela dá exemplos de pessoas ou situações relacionadas a problemas psicológicos, além de físicos, ocasionados a quem contraiu COVID-19. Ela se aprofunda, principalmente, nos episódios 11, 15 e 34 com depoimentos sobre essa mudança brusca de comportamento na vida dos moradores.

Um levantamento feito pela Agência de Notícias da Favela (ANF), e publicado pelo portal Terra (2022), ouviu mais de 600 pessoas de favelas diferentes e apontou que 52% dos entrevistados sofreram de ansiedade no período da pandemia. Isso é um fato que não pode ser negligenciado pelas autoridades locais e exige ações de assistência psicológica. Nesse mesmo período de pandemia, em agosto de 2021, a Redes da Maré chegou a realizar a “1ª Semana de Saúde Mental na Maré”, uma iniciativa que procurou conscientizar a população local sobre esse problema.

#### **4.3 Economia popular e solidária**

Um ponto a ser observado entre os episódios é a relevância que o *podcast* dá para a economia popular e solidária do território, principalmente ao divulgar a campanha “Maré Diz Não Ao Coronavírus”, entre outros projetos do coletivo em que há a produção de alimentos, máscaras de pano para se proteger da COVID-19, entre outras atividades exercidas pela própria equipe da Redes. Trata-se de um tema muito presente nos conteúdos.

A noção de economia popular é utilizada, na maioria das vezes, para identificar uma realidade heterogênea, um processo social que pode ser traduzido pela “aparição e expansão de numerosas pequenas atividades produtivas e comerciais no interior de setores pobres e marginais das



grandes cidades da América Latina” (RAZETO, 1991). (FRANÇA FILHO, 2002, p. 16).

Esse tipo de trabalho já é desenvolvido por cerca de 20% da população, de acordo com uma matéria da UFMG (2016).

#### **4.4 Discussão sobre regularização fundiária**

Dois episódios que chamaram atenção sobre o tema da regularização fundiária foram os episódios 12 “Pandemia e saneamento básico nas favelas”, que descreve a estrutura das favelas da Maré e identifica a necessidade de uma regularização para que houvesse uma melhor qualidade de vida, e o episódio 38 “Favela é potência!”, que faz uma breve introdução da história da Maré e do modo como as favelas foram construídas.

A regularização fundiária consiste no conjunto de medidas jurídicas, urbanísticas, ambientais e sociais que visam à regularização de assentamentos irregulares e à titulação de seus ocupantes, de modo a garantir o direito social à moradia, o pleno desenvolvimento das funções sociais da propriedade urbana e o direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado. (BRASIL, 2011, p. 21).

A condição das ruas e vielas da Maré nunca foi tão importante quanto na época da pandemia, quando as pessoas foram extremamente prejudicadas pela falta de saneamento básico e de água potável e pelas ruas repletas de lixo, de acordo com o episódio 12.

#### **4.5 Violência**

O “Maré Em Tempos de Coronavírus” fez alguns episódios sobre violência em meio à pandemia, principalmente no viés político e policial, marcado por operações truculentas na região e por um número significativo de óbitos, além de episódios que retrataram a violência de gênero, raça e etnia. O episódio 30 “Nem Vírus, Nem Tiro” é totalmente dedicado à questão das operações policiais nas favelas e ao senso de justiça relacionado ao tema.

## 4.6 Direitos humanos

Os episódios do *podcast* estão repletos de questões ligadas aos Direitos Humanos, e o projeto foi até mesmo criado para trabalhar em prol desses direitos, que são básicos. Assuntos ainda não discutidos, como a desigualdade de renda, estão presentes em inúmeros episódios e alinhados a temas como fome, direito à educação, saúde e informação de qualidade. Quatro episódios que chamaram a atenção para essa temática foram: o episódio 9 “Como estão os moradores em situação de rua na pandemia”; o episódio 24 “Fome”; o episódio 25 “Volta às Aulas”; o episódio 33 “Memorial da Covid”; o episódio 39 “Somos da Maré! Temos direitos”; e o episódio 40 “Direitos Humanos”. Mas o que gerou maior repercussão em todas as edições foi o episódio 33, segundo a própria Eliana.

Esse episódio repercutiu bastante porque uma das coisas que nós fizemos foi levantar e entender quem eram as pessoas que estavam morrendo na Maré e a gente acabou criando esse projeto de memorial. Junto com o *podcast* que eu também sugeri, então tivemos todo um trabalho com uma oficina de azulejo. Não era só colocar o nome das pessoas, era quem eram essas pessoas? Havia toda uma perspectiva de acolhimento com essas famílias que perderam seus entes queridos. Então, a gente criou um projeto junto com o eixo de Segurança Pública e Acesso à Justiça, porque essas famílias foram convidadas para vir contar suas histórias e a história dessa pessoa que morreu. Se você entrar também no site, tem um painel chamado ‘Memorial Covid’. Então, eu fiz um episódio do *podcast* só sobre essa questão da perda, da morte. Como é importante trazer a memória dessas pessoas que morreram, sabe? Morreram 338 pessoas, se eu não me engano, durante dois anos da Covid. E aí, a gente fez um painel com 76 histórias de pessoas que morreram aqui, pois é uma metodologia de trazer as famílias, conversar com elas. (Eliana Souza Silva, Liderança da Rede da Maré, Entrevista concedida em 01/04/2022).

Esse tema gera reflexões em torno da morte e do reconhecimento das pessoas que morreram em decorrência de umas das maiores tragédias do século: elas não são só números!

## 4.7 Cultura e discussões de projetos sociais

Inúmeros projetos sociais e culturais foram anunciados nos quarenta episódios de conteúdo de áudio digital. O mais divulgado foi, sem dúvida, o “Maré Diz Não Ao Coronavírus” e suas frentes, que incluem o próprio *podcast*. Esse conteúdo de campanhas

da Redes da Maré traz um panorama de como estão os projetos, o que as pessoas envolvidas estão fazendo, como eles contribuem para a população da Maré, entre outras questões. Além disso, trata-se de um dos assuntos mais importantes de cada sessão. Um dos destaques é o episódio 20 “Maré Diz Não Ao Coronavírus”, que traz todos os resultados do ano de 2020.

Não é possível ter noção exata do alcance da campanha como um todo, apesar dos números divulgados no *podcast*. Mas Jéssica Pires afirma:

Tinham diversas frentes de campanha “Maré Diz Não Ao Coronavírus” tinha diversas frentes de trabalho, inclusive essa produção de conhecimento. Isso também tá na metodologia da Redes, mas que também transbordou para a metodologia da campanha e, a partir dela, a gente pensou alguns formatos de produção de conteúdo, porque a gente precisava assegurar para as pessoas aqui da Maré e de outros lugares que a informação chegasse de forma rápida e segura. Então, sim, fez total diferença, tanto que hoje a Maré é um dos territórios de favela que não tem mortos, não tem óbitos decorrentes da Covid desde outubro de 2021, e deixa aí um legado em saúde, né? Hoje está acontecendo uma pesquisa aqui sobre a efetividade da vacina e isso tudo é decorrência da elaboração dessa campanha de enfrentamento a Covid que começou lá em março de 2020. (Jéssica Pires, coordenadora de comunicação nas Redes da Maré, Entrevista concedida em 29/03/2022).

Com esse depoimento da coordenadora de comunicação, é possível imaginar a proporção dessa campanha em questão de engajamento e capacidade de difusão de informação no território.

#### **4.8 Gênero, raça e etnia**

Um dos assuntos mais comentados em torno da série de *podcast* foram as questões de gênero, raça e etnia e como elas foram afetadas no cenário de pandemia da COVID-19. Os áudios que ressaltam esse tema são: episódio 6 “Como a pandemia revela ainda mais o racismo no Brasil”, que conta a história da empregada que morreu porque a patroa havia viajado para o exterior e se contaminado, bem como a história da criança que foi baleada dentro de casa em plena quarentena; o episódio 8 “Violência contra as mulheres na pandemia”; o episódio 11 “Como a pandemia tem afetado a saúde mental das mulheres”, sobre como as mulheres foram ainda mais sobrecarregadas na pandemia e, por isso, necessitam de ajuda psicológica; o episódio 27 “As lutas e sonhos das mães da Maré”; e o episódio 38 “Favela é potência!”, sobre a história da Maré.

As mulheres da favela, sobretudo as negras, tiveram que cuidar não só de si mesmas como de suas famílias, sendo a figura central dos cuidados e sustento familiar.

[...] pesquisas têm revelado que a mudança na composição das famílias altera a dinâmica familiar dos setores mais empobrecidos da população; onde a mulher passa a acumular, sozinha, funções de provedora e de responsável exclusiva pela esfera da reprodução. Tais pesquisas também revelam, que é crescente o número de mulheres chefes de família que se tornam mais vulneráveis, na medida em que ocorre um alto grau de discriminação da mão de obra feminina, com rendimentos inferiores e o desempenho das tarefas mais desqualificadas. Isso nos leva a refletir que o cuidado sempre esteve ligado às mulheres: o cuidado com a casa, os filhos, os idosos, com o outro etc. E para isso elas sempre contaram com uma rede de proteção social. Com as regras para conter a pandemia, essa rede de proteção tornou-se limitada e o cuidado ganhou uma dimensão maior. (LAVINAS, 1996 *apud* LOLE, 2020, p. 48).

Isso fez com que elas ficassem sobrecarregadas, gerando uma exaustão física e psicológica nessa camada da população. O “Maré em Tempos de Coronavírus” evidenciou essa crise, em especial no episódio 11, e denunciou a vulnerabilidade dessas mulheres em meio à pandemia.

Explorar os problemas e vulnerabilidades sociais das periferias é uma ação de grande urgência, e isso é feito de maneira bastante incisiva pelos movimentos locais. Historicamente, os movimentos de favela surgiram no Rio de Janeiro, segundo Gomes (2021), desde o século XIX, com relação direta com a precariedade e a tentativa de tentar a vida na cidade grande. Essa realidade se destaca, principalmente, quando se trata de famílias negras, que “não tiveram nenhum apoio concernente às políticas públicas para construir suas vidas - são referências que perseguem essas vidas que até então não estão reunidas para entender de forma comum as suas realidades” (GOMES, 2021, p. 48). No Complexo da Maré não foi diferente, e hoje o *podcast* dá voz aos moradores, e suas histórias são retratadas com o devido reconhecimento e dignidade.

Já a mídia tradicional, por vezes, pode estigmatizar raças e etnias não brancas, contribuindo para a perpetuação do racismo estrutural dentro das favelas, como acontece quando falamos em autoidentificação. O Censo Populacional da Maré (2019) realizou uma pesquisa cujo resultado evidenciou que apenas 9,2% dos habitantes locais se consideravam negros, 52,9% pardos e 37% brancos, comprovando a situação observada, na qual a desigualdade foi ainda mais aprofundada em um cenário de pandemia.

Apesar de em muitos momentos essas minorias serem prejudicadas pela COVID-19, a Redes da Maré apresenta alternativas que as auxiliam e as empoderam, como os projetos Casa Preta da Maré e Casa de Mulheres da Maré.<sup>2</sup>

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

É possível observar, ao longo da pesquisa, que o *podcast* “Maré em Tempos de Coronavírus” foi um dos meios de comunicação cruciais para que houvesse a difusão da informação no conjunto de dezesseis favelas da Maré em meio à pandemia da COVID-19. Vasto e com alguns pontos de difícil acesso, tanto geograficamente quanto sociopoliticamente, o território foi um dos mais prejudicados pela disseminação do vírus, entre os anos de 2020 e 2021, na cidade do Rio de Janeiro, tendo em vista os estudos do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea), de ONGs parceiras e do próprio coletivo da Redes de Desenvolvimento da Maré.

Evidentemente afetado pela globalização, o conjunto de favelas possui internet de baixa qualidade e um difícil acesso às informações que circulam pelas regiões centrais. Isso impediu, de certa forma, a comunicação e os cuidados que a comunidade deveria ter tido em meio ao cenário catastrófico da pandemia no mundo. Apesar disso, foi pesquisado que grande parte dos moradores faz uso de dispositivos móveis, os famosos *smartphones*, cujo valor é mais acessível do que um computador. Eles acabam se tornando um instrumento de diálogo, pois alguns aplicativos funcionam mesmo com um sinal reduzido de internet, como, por exemplo, o *Whatsapp*. Ao analisar este contexto, a Redes da Maré preferiu produzir um conteúdo digital e seguro sobre os cuidados com o vírus via mensagens de voz para a população, em vez de se comunicar por meio de radiotransmissão, o que poderia gerar custos bem maiores.

Na contramão das mídias hegemônicas, pode-se dizer que o *podcast* procurou se conectar com os moradores por meio de uma comunicação comunitária e periférica. Dispondo de uma linguagem clara, Eliana Souza Silva, liderança da Redes e figura conhecida na Maré, fez suas narrativas e, assim, demonstrou certa identificação e proximidade do meio de comunicação com a comunidade. Ademais, a ação foi assertiva com relação às pautas publicadas de acordo com a demanda da população. Isso resultou

---

<sup>2</sup> Para aprofundamento, ver o site: <https://www.redesdamare.org.br/>

em uma mobilização da comunidade em busca de auxílio, engajamento, senso coletivo/crítico e prevenção frente às adversidades.

## BIBLIOGRAFIA

B9. **Segundo Spotify, Brasil é o segundo maior mercado de podcasts do mundo.** 2019. Disponível em: <https://www.b9.com.br/116720/segundo-spotify-brasil-e-o-segundo-maior-mercado-de-podcasts-do-mundo/> Acesso em: 17 jan. 2021.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo.** São Paulo: Edições 70, 2011. 229 p.

BITO, Noemia; SANTOS, Ronaldo. **Podcast Jornalístico: Tecnologia Alternativa e Comunitária.** Maceió: Intercom, 2011.

BRASIL. Ministério Público do Rio Grande do Sul. Procuradoria-Geral de Justiça do Estado do Rio Grande do Sul. **Regularização Fundiária: Como Implementar.** Bibliografia dos membros do Ministério Público. Rio Grande do Sul, 2011.

CUSTÓDIO, Leonardo. Panorama Global da Comunicação Comunitária como Ação Política Periférica. **Revista Mídia e Cotidiano**, Rio de Janeiro, v. 10, n. 10, p. 138-157, 2016.

FRANÇA FILHO, Genauto Carvalho de. Terceiro setor, economia social, economia solidária e economia popular: traçando fronteiras conceituais. **Bahia Análise e Dados, Salvador**, v. 12, n. 1, p. 9-19, jun. 2002. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/bitstream/ri/25741/1/Terceiro%20Setor%2c%20Economia%20Social%2c%20Economia%20Solid%c3%a1ria%20e%20Economia%20Popular%20tra%c3%a7ando%20fronteiras%20conceituais.pdf>. Acesso em: 26 mai. 2022.

GOMES, André Luís. **Práticas educativas e projetos sociais que disputam a vida de jovens negros e pobres em territórios de favelas: um estudo sobre a Maré.** 2021. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) – Departamento de Ciências Sociais, Pontifícia Universidade Católica, Rio de Janeiro, 2021.

INTERVOZES. **Intervozes e Repórteres Sem Fronteiras lançam novo estudo sobre concentração nos meios de comunicação.** 2018. Disponível em: <https://intervozes.org.br/intervozes-e-reporteres-sem-fronteiras-lancam-novo-estudo-sobre-concentracao-nos-meios-de-comunicacao/> <https://intervozes.org.br/intervozes-e-reporteres-sem-fronteiras-lancam-novo-estudo-sobre-concentracao-nos-meios-de-comunicacao/>. Acesso em: 15 fev. 2022.

INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA (IPEA). **Nota Técnica n. 72 (Diset): Aspectos socioeconômicos da Covid-19: o que dizem os dados do Município do Rio de Janeiro?** Brasília - DF. 2020. Disponível em: <http://repositorio.ipea.gov.br/handle/11058/10155> <http://repositorio.ipea.gov.br/handle/11058/10155>. Acesso em: 30 mar. 2022.

JENKINS, H. **Cultura da convergência.** São Paulo: Aleph, 2009.

KOZINETS, R. **Netnografia**: Realizando pesquisa etnográfica online. Porto Alegre, 2014.

LOLE, Ana. Mulheres e pandemia: cuidando de si e das outras. *In*: AMARAL, Luciane; MACHADO, Ana Carolina; VIEGAS, Cristiane (org.) **Diálogos sobre Trabalho, Serviço Social e Pandemia**. Rio de Janeiro: Mórula, 2021.

MACHADO, Arlindo; MAGRI, Celso; MASAGÃO, Marcelo. **Rádios livres**: a reforma agrária no ar. São Paulo: Brasiliense, 1987.

OLIVEIRA, Dennis. **Jornalismo e Emancipação**. São Paulo: Apris, 2014.

PRIMO, Alex; TRÄSEL, Marcelo. Webjornalismo participativo e a produção aberta de notícias. **Contracampo**, Rio de Janeiro, v. 14, p. 37-56, 2005. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/contracampo/article/view/17416/11053>. Acesso em: 01 jun. 2022.

REDES DE DESENVOLVIMENTO MARÉ. **História**. 2020. Disponível em: <https://www.redesdamare.org.br/br/quemsomos/historia>. Acesso em: 30 mar. 2022.

REDES DE DESENVOLVIMENTO MARÉ. **Maré Diz Não Ao Coronavírus**. Rio de Janeiro: Mórula, 2021.

REDES DE DESENVOLVIMENTO MARÉ. **Senso Populacional da Maré. Rio de Janeiro - RJ**, 2019. Disponível em: [censomare-web-04mai.pdf \(apublica.org\)](https://www.redesdamare.org.br/br/quemsomos/historia). Acesso em: 24 mai. 2022.

RIBEIRO, Rafael Abade. **Comunicação Comunitária e a Rádio-poste A Voz do Salobrinho**. 2019. 130 p. Monografia (Bacharelado em Comunicação Social com habilitação em Rádio e Televisão) – Dep. de Letras e Artes, Uesc, Ilhéus (BA), 2021.

RODRIGUES, Matheus. Podcast, jornal e 'rádio de poste': moradores da Maré usam meios comunitários para se informar durante pandemia. **G1 Rio**, 03 jun. 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/noticia/2020/06/03/podcast-jornal-e-radio-de-poste-moradores-da-mare-usam-meios-comunitarios-para-se-informar-durante-pandemia.ghtml> <https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/noticia/2020/06/03/podcast-jornal-e-radio-de-poste-moradores-da-mare-usam-meios-comunitarios-para-se-informar-durante-pandemia.ghtml>. Acesso em: 17 jan. 2021.

SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização do pensamento único à consciência universal**. Rio de Janeiro: Record, 2003.

SILVA, Eliana Souza. **Entrevista concedida à autora no dia 01/04/2022**.

SODRÉ, Muniz. Por um Conceito de Minoria. *In*: BARBALHO, Alexandre; PAIVA, Raquel (org.). **Comunicação e Cultura das Minorias**. São Paulo: Paulus, 2005.

PAIVA, Ana. S. Reportagem aumentada: uma proposta para o jornalismo radiofônico.: *In*: CANAVILHAS, João; RODRIGUES, Catarina; GIACOMELLI, Fábio (org.).

**Narrativas jornalísticas para dispositivos móveis.** Covilhã: Laboratório de Comunicação e Conteúdo Online, 2019. p. 101-122.

PAIVA, Raquel. Por um Conceito de Minoria. *In*: BARBALHO, Alexandre; PAIVA, Raquel (org.). **Comunicação e Cultura das Minorias.** São Paulo: Paulus, 2005.

PERUZZO, Cicilia. Comunicação nos movimentos sociais: o exercício de uma nova perspectiva de direitos humanos. **Revista de Comunicação e Cultura**, v. 11, n. 1, p. 161–181, 2013.

PERUZZO, Cicilia. **Mídia Local e suas Interfaces com a Mídia Comunitária.** Belo Horizonte: Intercom, 2003.

PIRES, Jéssica. **Entrevista concedida à autora no dia 22/03/2022.**

POWERPREES PODCAST. **Podcast Stats Soundbite: Brazil In Bloom.** 2019. Disponível em: <https://powerpresspodcast.com/2019/02/01/podcast-stats-soundbite-brazil-bloom/> <https://powerpresspodcast.com/2019/02/01/podcast-stats-soundbite-brazil-bloom/>. Acesso em: 17 jan. 2021.

TERRA. **Pesquisa mostra como está a saúde mental nas favelas do Rio.** 2022. Disponível em: <https://www.terra.com.br/comunidade/visao-do-corre/pesquisa-mostra-como-esta-a-saude-mental-nas-favelas-do-rio,69c7232e98321c8247979afbf3064d3574audp1b.html>. Acesso em: 11 abr. 2022.

UFMG. **Tese da Face traça perfil da economia popular, que ocupa dois em cada dez brasileiros e é marcada pela autogestão e pelo trabalho no ambiente doméstico.** Belo Horizonte, 18 abr. 2016. Disponível em: <https://www.ufmg.br/online/arquivos/043072.shtml> <https://www.ufmg.br/online/arquivos/043072.shtml>. Acesso em: 11 abr. 2022.

ZIBECHI, Raúl. **Anatomias y Emancipaciones: América Latina en Movimiento.** Lima: Programa Democracia y Transformación Global, 2007.