

# MULHERES PODCASTERS: ATUAÇÕES FEMINISTAS NA PODOSFERA BRASILEIRA

WOMEN PODCASTERS: FEMINIST PERFORMANCE IN THE BRAZILIAN PODOSPHERE

MUJERES PODCASTERS: PERFORMANCES FEMINISTAS EN LA PODOSFERA BRASILEÑA

## Alice dos Santos Silva

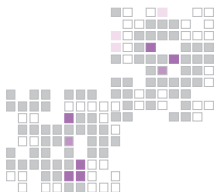
■ Jornalista, mestre em comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Sergipe (UFS). Assessora de Comunicação do Instituto Federal de Sergipe (IFS) - Campus Tobias Barreto.

■ E-mail: [alicesilvajor@gmail.com](mailto:alicesilvajor@gmail.com)

## Renata Barreto Malta

■ Professora do Departamento de Comunicação Social da UFS e do PPGCOM – UFS. Doutora em Comunicação Social. Pós-doutorado na Universidad de Sevilla.

■ E-mail: [renatamalta@academico.ufs.br](mailto:renatamalta@academico.ufs.br)



## RESUMO

Consonante a outras mídias digitais, o podcast tem ganhado espaço no Brasil. Esta pesquisa busca compreender quais as características da resistência feminista construída na podosfera brasileira. Para o estudo empírico, foram realizadas entrevistas em profundidade com mulheres produtoras dos programas mais escutados do país, analisadas por meio da Análise Temática. Entre os resultados, destaca-se que mesmo não compondo um coletivo organizado, e com divergências de concepções feministas, as mulheres podcasters formam uma militância preocupada em fazer da podosfera um espaço de segurança e de igualdade para mulheres e outras minorias sociais.

**PALAVRAS-CHAVE:** PODCAST; MULHERES BRASILEIRAS PODCASTERS; FEMINISMO; ENTREVISTA EM PROFUNDIDADE.

## ABSTRACT

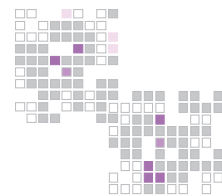
Along with other digital media, the podcast has gained space in Brazil. This research seeks to understand the characteristics of feminist resistance built in the Brazilian podosphere. For the empirical study, It has been applied in-depth interviews with women producers of programs with the biggest audience of this country, analyzed by Thematic Analysis. Among the results, it is noteworthy that even though they are not part of an organized collective, and having divergences from feminist conceptions, the women podcasters form a feminist activism concerned with making the podosphere a space of security and equality for women and other social minorities.

**KEY WORDS:** PODCAST; BRAZILIAN WOMEN PODCASTERS; FEMINISM; IN-DEPTH INTERVIEWS.

## RESUMEN

En línea con otros medios digitales, el podcast ha ganado espacio en Brasil. Esta investigación busca entender las características de la resistencia feminista construida en la podósfera brasileña. Para el estudio empírico, han sido realizadas entrevistas en profundidad con mujeres productoras de los programas de mayor audiencia en el país, analizadas por medio del Análisis Temático. Entre los resultados, se destaca que aunque no formen un colectivo organizado, y tengan divergencias de concepciones feministas, las mujeres podcasters significan una militancia preocupada por convertir la podósfera en un espacio de seguridad y de igualdad para mujeres y otras minorías sociales.

**PALABRAS CLAVE:** PODCAST; MUJERES BRASILEÑAS PODCASTERS; FEMINISMO; ENTREVISTA EN PROFUNDIDAD.



## Introdução

Assim como outras mídias que se desenvolveram na internet, o podcast<sup>1</sup> vem progressivamente ganhando atenção do público e das empresas de comunicação brasileiras. Também é notável o aumento no número de pesquisas acadêmicas, no campo da Comunicação, que passam a ter o podcast como objeto. Em um estudo bibliométrico dos artigos sobre podcast publicados nos anais da Intercom (Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação), de 2004<sup>2</sup> a 2019, as publicações sobre a temática passam de duas, em 2005, para 24, em 2019 (Silva; Malta, 2020). No entanto, entre os 78 artigos identificados no estudo, apenas dois centravam suas atenções nas relações de gênero ali inscritas, ambos a partir de uma perspectiva do jornalismo e de suas teorias (Silva; Malta, 2020).

Partindo de uma perspectiva mais ampla e diacrônica, Ana Carolina Escosteguy e Márcia Messa (2008) analisaram 65 trabalhos, entre teses e dissertações, publicadas de 1992 a 2002 no campo da Comunicação que tinham como objeto ou abordagem questões relativas a gênero/mulher(es)/feminismo(s). As autoras dividiram as publicações em três períodos a partir das similaridades entre as publicações. Nos primeiros 04 anos (1992 a 1996) elas apontam que as pesquisas estão preocupadas em entender os conteúdos produzidos pelas mídias, suas mensagens e ideologias: “observamos dois vieses: um primeiro relacionado ao âmbito da produção, ou seja, na singularidade da produção feminina, e um segundo na produção para o público feminino” (Escosteguy; Messa, 2008, p. 16).

Já no recorte de 1997 a 1999, os estudos se

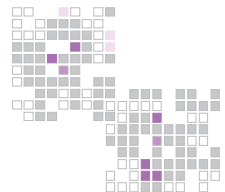
voltam para como as mulheres recebiam os conteúdos e como, enquanto público, participam na construção de sentido: “A ideia que atravessa essas pesquisas é que a mídia torna-se decisiva na responsabilização do indivíduo pelo seu corpo e pela transformação deste em objeto de consumo, associando-o, por sua vez, a um estilo de vida” (Escosteguy; Messa, 2008, p. 19). As representações da mídia são o tema central das pesquisas de 2000 a 2002, e as autoras destacam que é nesse período que aparece a primeira pesquisa que envolve a internet como objeto, a dissertação “Esferas Públicas Feministas na Internet”, produzida por Lara Podestá Haje (2002), que busca “fazer uma discussão das potencialidades da rede para a formação de esferas públicas e também uma análise de como o movimento feminista vem se apropriando – e/ou pode se apropriar – desse espaço” (Escosteguy; Messa, 2008, p. 27).

Em estudo mais recente, Ana Carolina Escosteguy (2019) apresenta de maneira concisa as tendências nos estudos de gênero/feminismo/mulheres no campo da comunicação desde a década de 1970 até o ano de 2015. A partir dos anos 2000, a autora percebe dois principais direcionamentos de pesquisa, uma que dá continuidade às práticas de consumo das mídias e outra que centra as observações nas representações da mídia, “ora marcadas pelo contexto do pós-feminismo, ora pelo reconhecimento de identidades LGBTs. Em ambos os desdobramentos entende-se o espaço midiático como uma arena de disputa simbólica” (Escosteguy, 2019, p. 14).

Ao analisar a década de 2010, a autora destaca os usos que têm sido feitos da rede para ações individuais ou coletivas. Chama a atenção especialmente os coletivos que se originam fora da internet, mas que disseminam seus pontos de vista por meio da rede. Todas essas práticas de comunicação ao mesmo tempo em que produzem

1 A palavra podcast é a junção de dois termos em inglês “pod” de iPod – reproduzidor de músicas da Apple – e “Broadcast” – difusão de conteúdo em larga escala. Apesar de trazer em seu nome o iPod, os podcasts desde de sua criação já podiam ser escutados em computadores e em outros dispositivos reproduzidores de música.

2 Ano de criação do podcast.



uma diversidade de narrativas que se contrapõem aos valores dominantes e a representações estereotipadas, fortalecem a difusão de múltiplas vozes (Escosteguy, 2019, p. 17).

Com trajetória similar, Paula Coruja (2018) observou teses e dissertações publicadas de 2010 a 2015 com a palavra “feminismo” citada no título e/ou resumo e/ou palavras-chaves. Foram localizados 21 trabalhos entre os quais os meios mais estudados são cinema e meios digitais, com seis pesquisas em cada. Observando as pesquisas identificadas pela autora que se debruçaram em meios digitais, percebemos que, pelo menos até 2015, não houve nenhuma publicação que relacionasse os estudos de gênero/mulheres/feminismo com a produção de podcasts.

Sobre Estudos de Gênero e Comunicação Social, Tomazetti (2020) realizou um levantamento consultando teses e dissertações publicadas de 1972 a 2015, o autor localizou 316 pesquisas preocupadas com os estudos de gênero e sexualidade, em um total de 13.265 e concluiu que houve um grande aumento no número de pesquisas a partir de 2010. Para ele, é “possível dizer que a ideia partilhada nos estudos em comunicação é a de que o conceito de gênero representa uma categoria epistemológica de saber/poder sobre a realidade social, estando muito além da inscrição biológica dos corpos” (Tomazetti, 2020, p. 74). O estudo não considerou as especificidades dos objetos e não aponta resultados concernentes ao podcast. Ainda assim, a crescente em pesquisas que atravessam os campos da Comunicação Social e os Estudos de Gênero merece nossa atenção.

Tentando ampliar o alcance desse mapeamento prévio realizado pelas autoras e autores citados, buscamos no catálogo de teses e dissertações da Capes trabalhos com a palavra *podcast* publicados entre 2016 a 2019 localizados na Área da Comunicação. Dos 10 trabalhos encontrados a partir dos critérios de consulta da plataforma,

nenhum tem foco em podcast com a abordagem de gênero/mulheres/feminismo(s).

Diante deste cenário, com trabalhos escassos envolvendo o podcast e relações de gênero, propomos um estudo que parte do perfil sociodemográfico das mulheres produtoras dos podcasts mais escutados do Brasil - segundo a PodPesquisa de 2018<sup>3</sup> -, e busca aprofundamento nas motivações apontadas por essas mulheres para a produção de conteúdo na mídia sonora<sup>4</sup>. Pontuamos que apesar de, em alguns casos, os podcasts produzidos por elas não concentrarem sua temática em questões que discutem relações de gênero, para as podcasteres, sua presença no espaço do programa potencialmente significa ruptura e motiva outras mulheres a ocupar a podosfera<sup>5</sup>.

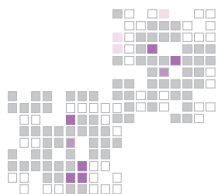
## 2. Procedimentos Metodológicos

Para a trajetória empírica, partimos de uma abordagem qualitativa para a análise de conteúdo do *corpus*, composto por 17 entrevistas realizadas com produtoras de podcast brasileiras. As participantes foram selecionadas a partir dos resultados da PodPesquisa 2018, na qual os respondentes citaram os cinco *podcasts* que mais ouviam. No total, foram citados 3.251 podcasts entre os quais foram selecionados aqueles que tiveram no mínimo 0,02% das respostas,

3 Pesquisa realizada desde 2008 pela Associação Brasileira de Podcasters (ABPOD) com objetivo de coletar informações e preferências de consumo dos ouvintes/produtores de podcast no Brasil.

4 Este artigo utiliza parte dos dados coletados durante a produção da pesquisa de mestrado intitulada “#Mulherespodcasters: uma análise da resistência feminista na podosfera brasileira”.

5 Considera-se a podosfera o espaço virtual onde se desenvolvem as relações entre ouvintes e produtores de podcasts, de acordo com Santos et. al. (2018), a podosfera é um ecossistema e no Brasil ela é composta principalmente por produtores ‘amadores’ (p. 12). Já Vasconcelos et. al. (2018) caracteriza a podosfera como o universo de programas e seus produtores, ativos ou não, sem distinção acerca do profissionalismo ou amadorismo dos mesmos.



totalizando 241 programas.

A partir dessa listagem inicial foram determinados três critérios para a seleção de potenciais entrevistadas. Primeiramente, escolhemos apenas os programas produzidos no Brasil, sem vinculação a mídias tradicionais (rádios, revistas, emissoras de TV) e com mulheres na equipe. Ao final da filtragem foram identificados 57 programas dentro dos critérios estabelecidos e, dentre esses, foram realizadas entrevistas com 17 mulheres de 18 podcasts diferentes, as quais se voluntariaram para participar do estudo.

As entrevistas eram semi-estruturadas e em profundidade, analisadas com base na Análise Temática proposta por Laurence Bardin (2011). A autora argumenta que a elaboração de uma simples quantificação da frequência de temas, que é comum nas análises de abordagem quantitativa, acaba limitando as particularidades cognitivas e

afetivas, onde geralmente se encontra o potencial das entrevistas. De acordo com Duarte (2006), “a entrevista em profundidade é um recurso metodológico que busca, com base em teorias e pressupostos definidos pelo investigador, recolher respostas a partir da experiência subjetiva de uma fonte” (Duarte; Barros, 2006, p. 62).

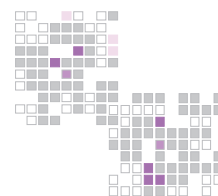
Cabe explicar que a opção de não manter as entrevistadas em anonimato se deu, em especial, pela relação que elas desenvolvem com seus programas, não havendo garantia de anonimato. Todas as entrevistadas iniciaram suas falas gravando o termo de consentimento e autorizaram a divulgação de seus nomes.

Destacamos aqui os Blocos 1 e 2 do roteiro de entrevistas, pois neles se concentram os questionamentos que impulsionaram as respostas aqui exploradas. Reforçamos que por se tratar de entrevista semi-estruturada, este quadro serviu apenas de base e outras perguntas emergiram ao

Quadro 1 - Parte do roteiro de entrevistas

<p><b>BLOCO 01 – DADOS DEMOGRÁFICOS:</b></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Nome Completo</li><li>2. Idade</li><li>3. Identidade de Gênero</li><li>4. Raça/etnia</li><li>5. Naturalidade</li><li>6. Orientação sexual</li><li>7. Escolaridade</li><li>8. Ocupação</li><li>9. Estado Civil</li><li>10. Quantidade de Filhos</li></ol>
<p><b>BLOCO 02 – RELAÇÃO COM O PODCAST:</b></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Você se recorda a primeira vez em que você ouviu falar sobre podcasts? Como você descobriu a existência da mídia?</li><li>2. Quais assuntos são tratados no seu programa? De onde surgiu a vontade de produzir conteúdo sobre isso?</li><li>3. Qual função ou funções você assume no programa que faz parte? Gostaria de assumir outras funções? Se sim, por que não assume?</li><li>4. Pensando a sua relação com o podcast, você acredita que tem com a mídia uma relação mais emocional/subjetiva ou profissional/racional? Por que?</li><li>5. De todo processo de produção de um podcast, qual ou quais você acha que é mais difícil de fazer?</li><li>6. Você pode contar um pouco sobre essas situações de dificuldade?</li><li>7. Você acredita que algum fator em especial contribuiu para esses problemas que você enfrentou?</li><li>8. Como você conseguiu contornar essas adversidades?</li></ol>

Fonte: Elaborado pelas autoras (2020).



longo das entrevistas (quadro 1).

Nos tópicos seguintes apresentaremos os resultados do estudo, assim como uma discussão fundamentada que entrecruza temáticas que deles emergem. Por se tratar de um artigo com limitação de páginas, não apresentaremos as etapas de análise das entrevistas e nos concentraremos nos resultados, contemplando os trechos mais significativos das temáticas que se fizeram presentes.

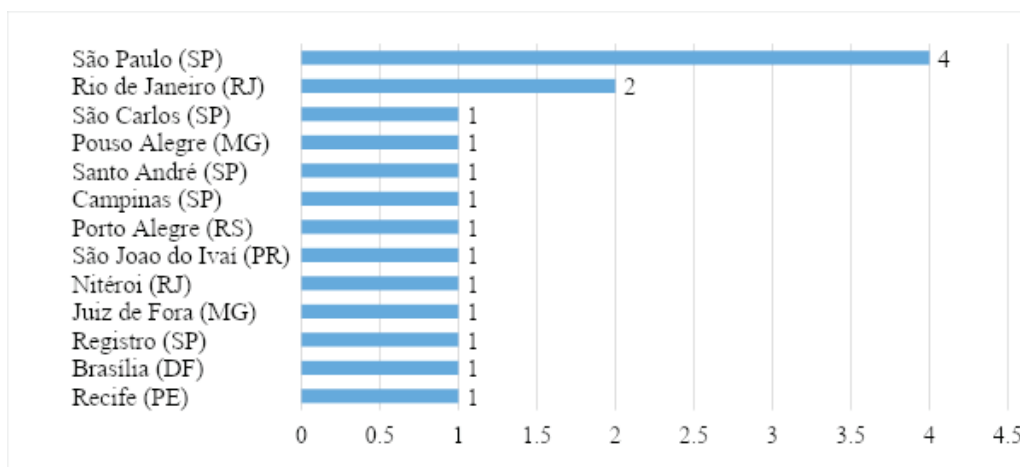
## 2. Perfil da mulher podcaster brasileira

A elaboração de um perfil médio de quem são essas mulheres é fundamental, tanto como

contexto para as análises do *corpus*, quanto para a elaboração de sínteses a respeito do podcast, seu consumo e produção no Brasil. Pontuamos, assim, que todas as entrevistadas são mulheres cisgênero, com idade que varia entre os 26 e os 52 anos, sendo a maioria delas (13) na faixa dos 30 anos. Com relação à raça ou etnia, 88,24% se autodeclararam brancas, uma parda, e uma utilizou o termo “multirracial”.

Dentre as regiões do Brasil de naturalidade (Gráfico 1), a de prevalência é a região sudeste, em especial os estados de São Paulo (8), Rio de Janeiro (3) e Minas Gerais (2). Uma entrevistada que nasceu na Região Nordeste afirmou em entrevista

Gráfico 1 – Naturalidade



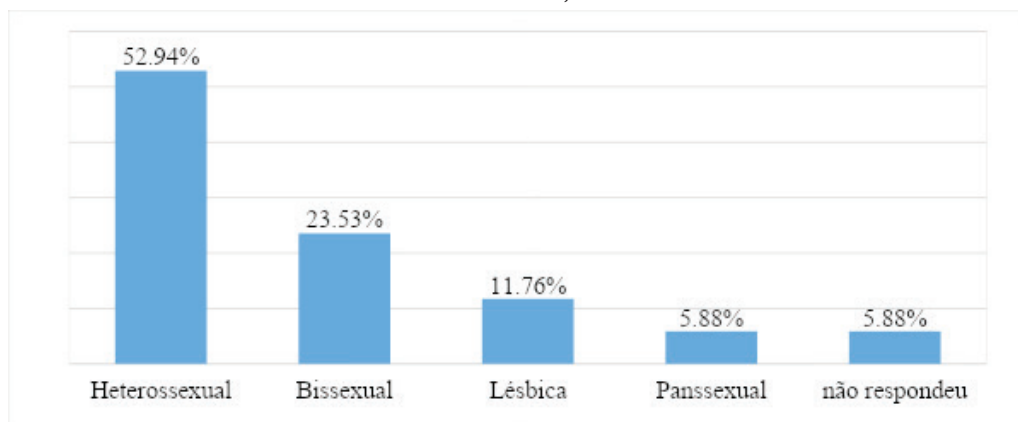
Fonte: Elaborado pelas autoras (2021).

que reside em São Paulo há quase 10 anos.

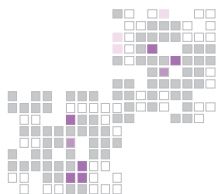
Quanto ao estado civil, 52,94% são solteiras, 41,18% casadas e 5,88% estão em uma união

estável, ademais, aproximadamente 20% têm filhos. Com relação à orientação sexual, (Gráfico 2), pouco mais da metade (52,94%) se

Gráfico 2 – Orientação sexual



Fonte: Elaborado pelas autoras (2021).

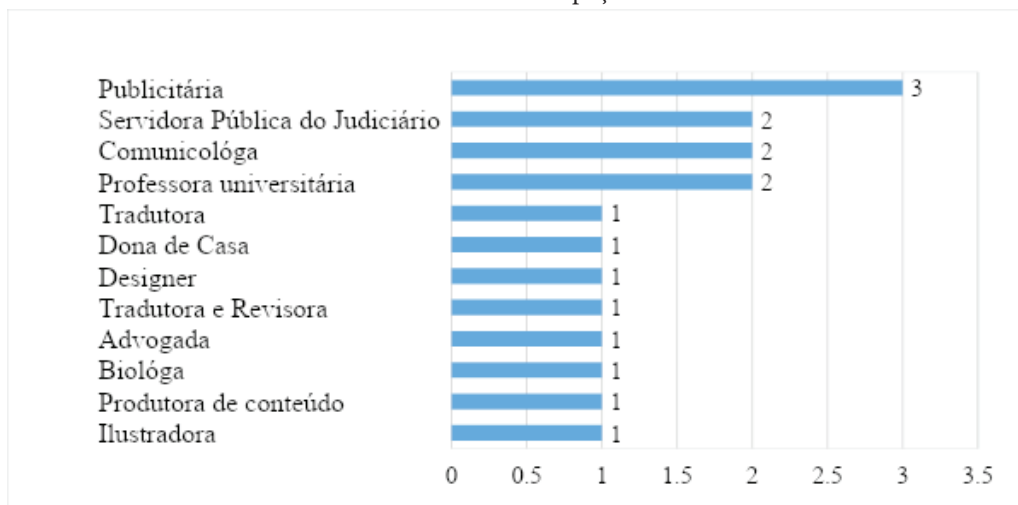


autodeclarou heterossexual.

O nível de escolaridade entre as mulheres entrevistadas é alto, mais de 80% delas possui ensino

superior completo e 41,18% possui pós-graduação completa. Com relação à área de atuação, chama a atenção que boa parte delas possui formação em

Gráfico 3 – Ocupação



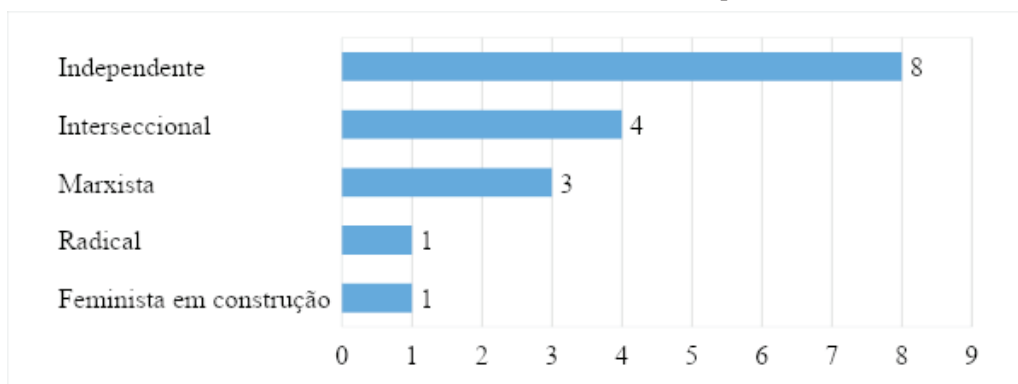
Fonte: Elaborado pelas autoras (2021).

áreas da comunicação e do design (Gráfico 3).

Das 17 entrevistadas, apenas uma se declarou feminista ainda “em construção”, as demais se posicionaram como feministas. O movimento feminista é diverso, assim, não teremos o objetivo de discutir exaustivamente as características de todas as vertentes/correntes do movimento feminista, mas sim mencionar aquelas com

as quais as entrevistadas se alinham ou não. A maioria afirmou não possuir alinhamento a correntes ou vertentes do feminismo (as chamamos de independentes para fins de agrupamento). Ressaltamos que entre as feministas independentes, três enfatizaram discordância com outras correntes/vertentes. As citadas foram os feminismos liberal e/ou radical.

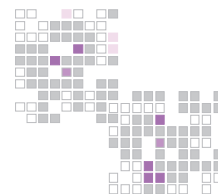
Gráfico 4 – Correntes/vertentes do feminismo indicadas pelas entrevistadas



Fonte: Elaborado pelas autoras (2021).

Em diversas entrevistas, a pergunta sobre a corrente/vertente gerou na entrevistada certo incômodo, com respostas mais demoradas e

ou evasivas, mas nenhuma delas se recusou a responder. Chamou a atenção o fato de que muitas delas demonstraram uma necessidade de estudar para ter mais segurança sobre qual



corrente/vertente se identificam.

Identificamos uma variedade de posicionamentos dentro do campo feminista, apesar de, como veremos a seguir, a maioria delas demonstrar envolvimento com as campanhas #MulheresPodcasters e/ou #OPodcastÉDelas, que incentivam e divulgam os programas feitos por mulheres. De acordo com Júlia Araújo (2016), a diversidade e a disputa entre as diversas vertentes/correntes/abordagens feministas também se manifestam no ciberespaço, mas, ainda assim, são constantes e bem-sucedidas as ações online unificadas. “Nesse campo de negociações e disputas há também possibilidades de unificação dos diversos setores e de aproximação com outras mulheres e demais internautas, não necessariamente associados a grupos organizados ou movimentos sociais e institucionalizados” (Araújo, 2016, p. 8). Essa realidade se aplica aos resultados encontrados.

### 3. “O pessoal é político”: Motivações para a produção de podcasts

Uma das análises concerne às motivações dessas mulheres para produzir seus podcasts, pensando inicialmente nas temáticas abordadas, mas também nos processos de construção desse conteúdo. Pudemos explorar a dimensão feminista da produção a partir da perspectiva que elas trouxeram para as entrevistas, especialmente quando afirmaram que o feminismo influenciava nos conteúdos e em suas práticas como produtoras.

É notório que a construção do conteúdo em programas com a intenção de tratar sobre feminismo/gênero/mulheres, como o *Olhares e Ponto G*, está alicerçada em posicionamentos políticos adotados pelas podcasters.

*O Olhares começou com a ideia de falar sobre feminismo de uma forma não jurídica, eu sou advogada e eu senti a necessidade de*

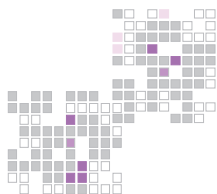
*falar sobre o direito das mulheres sem dar esse corpo jurídico né?! [...] e eu pensei, por que não utilizar o podcast para deixar mais claro, mais acessível e mais factível esse feminismo que a gente acredita como um movimento de mulheres né? [...] e fora isso a necessidade de trazer mulheres que não tem espaço numa mesa de palestra, que não tem espaço no ambiente acadêmico, que não tem espaço numa entrevista de TV, de rádio, para que essas mulheres pudessem ser escutadas [...]* (Hack, em entrevista para as autoras, 2020).

*[...] no caso do ponto G, [...], por ser um podcast mais educacional, ele tem uma motivação, um conteúdo assim pesquisado, como histórias de mulheres, mulheres onde foram apagadas, onde foram esquecidas, então, tem um propósito de levar esses conteúdos para que pessoas conheçam essa história* (Morato, em entrevista para as autoras, 2020).

Até mesmo nos programas em que não há explicitamente a intenção de uma discussão feminista, aspectos relacionados às questões de gênero são abordados direta ou indiretamente.

*[...] apesar de não ser um conteúdo que tem um propósito escancaradamente ativista, a gente optou pelo entretenimento, [...] mas na medida em que somos eu e a Sheylli, que somos feministas, que temos um posicionamento político, selecionamos as histórias que vamos contar, a gente conta as histórias baseadas nos relatos que chegam, a gente faz comentários [...]* (Ponce de Leon, em entrevista para as autoras, 2020).

O posicionamento político pode ser observado também nos relatos de Mariana Falcão e Raquel Ferraz (*Foco de Pestilência*) que, apesar de comporem um programa cuja temática central





não é o feminismo\gênero\mulheres, a disposição de ambas em participar foi uma forma de atuação feminista.

*Na verdade, eu nunca tive e, talvez, eu nem tenha vontade de produzir conteúdo sobre esse tema, nem de produzir conteúdo nenhum. [...] era muito mais sobre uma vontade de dar uma voz a outras mulheres, ter uma voz, minha no caso, de ter uma mulher falando sobre, do que propriamente um desejo meu de produção de conteúdo. Então surgiu muito mais de ver essa falta no cenário* (Falcão, em entrevista para as autoras, 2020).

Eu comecei a fazer o conteúdo que eu faço porque eu sentia falta de mulheres fazendo e eu acho que só o fato de sentar à mesa e de quando é discutido alguma coisa relativo, alguma coisa que toca o gênero e você tem uma mulher à mesa e ela pode dar sua opinião, acho que isso já é um efeito maravilhoso [...] Só a existência já acho revolucionária (Ferraz, em entrevista para as autoras, 2020).

A realização dessa vontade compartilhada pelas interlocutoras em ocupar um espaço na mídia é possível, em especial, pelas características do podcast e de outras ferramentas digitais, que apesar de perpassadas também por lógicas estruturais de exclusão de certos grupos, oferecem maior abertura e autonomia para as produtoras de conteúdo, quando comparada aos canais de comunicação tradicional. Para Vrikki e Malik (2019), o ambiente criado pelo podcast se diferencia das mídias tradicionais

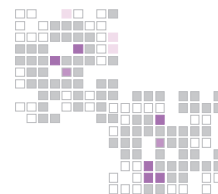
*tanto em termos de sua cultura de produção flexível (predominantemente auto-organizada, de baixo orçamento, orientada por conteúdo e operando fora das estruturas regulatórias tradicionais), quanto em termos de seu potencial de produção, de narrativas que se*

*opõem a formas excludentes de representação e política encontradas em programas de rádio, jornalismo de opinião e atualidade* (Vrikki; Malik, 2019, p. 276, tradução das autoras).

Consonante com as respondentes citadas, Aline Koroglouyan (*Hora Queer*) explica que, além de tratar sobre o tema de sexualidade, queria ser a representação de uma voz a ser ouvida para a comunidade LGBT+.

*Eu senti essa necessidade de tentar me comunicar como mulher, como mulher lésbica. Hoje, a gente fala tanto em identidade e quando eu tinha 20 anos a identidade era completamente inexistente, ela era um 0 total, [...] então minha grande motivação foi essa, pra que as pessoas tivessem essa identidade, pra que se a gente falasse abertamente disso e pra que as pessoas não perdessem a história do escopo* (Koroglouyan, em entrevista para as autoras, 2020).

No relato de Aline (*Hora Queer*), fica evidente como para ela a falta de representação lésbica em sua juventude a motiva a proporcionar esse tipo de conteúdo, por meio do podcast, para outras jovens. Lara Facioli e Richard Miskolci (2015) percebem que as redes são espaços que podem possibilitar a pessoas que ocupam um lugar socialmente “marginalizado” assumirem o protagonismo de debates e ações, assim, caracterizam “a rede social online uma possibilidade de agência, de troca, de negociação, e, por vezes, de acesso a conhecimentos que permitem problematizar as próprias experiências e constituir ações que negociam com discursos hegemônicos” (Facioli; Miskolci, 2015, p. 133). Photini Vrikki e Sarita Malik (2019) explicam como “podcasters catalisam debates sobre questões locais, globais e populares, destacando preocupações que, de outra forma, passam



despercebidas, são desconsideradas ou limitadas pelo excesso de representações hegemônicas” (Vrikki; Malik, 2019, p. 281, tradução das autoras). A partir da fala compartilhada por Karina Xavier (*Sinuca de Bicos*), é possível perceber, na prática, o processo apresentado pelas autoras.

*[...] eu sempre gostei de discutir assuntos e pensar sociopoliticamente o mundo e a realidade, e ali era um lugar onde eu tinha possibilidade de interagir nesses termos. [...] eu queria falar, trocar ideia, ser ouvida e também aprender mais...* (Xavier, em entrevista para as autoras, 2020).

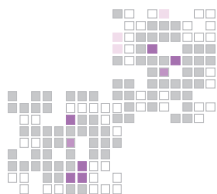
Com o olhar voltado a outro marcador social, ao analisar a representação das mulheres negras nos meios de comunicação de massa, Sueli Carneiro (2019) aponta que “a falta de poder dos grupos historicamente marginalizados para controlar e construir sua própria representação possibilita a crescente veiculação de estereótipos e distorções pelas mídias, eletrônicas ou impressas” (CARNEIRO, 2019, n/p). Discutindo especificamente o ambiente criado pelos/as podcasts para pessoas racializadas, Photini Vrikki e Sarita Malik (2019) percebem essa potencialidade do podcast. Segundo as autoras, “podcasts ocupam um raro espaço marginal para articular as experiências vividas por esses grupos, enquanto desafiam padrões mais amplos de privação racializada, incluindo as indústrias criativas digitais” (VRIKKI; MALIK, 2019, p. 275, tradução das autoras).

Nesse sentido, também é possível traçar um paralelo entre os espaços virtuais criados pelas mulheres podcasters e os grupos de conscientização e reflexão feministas dos movimentos feministas de “segunda onda” na década de 1960. De acordo com Cecília Sardenberg (2018), nesses grupos as mulheres compartilhavam suas vivências e experiências

relacionadas às opressões de gênero, assim, segundo a autora, “o processo de socialização das experiências permitiu às mulheres constatarem que os problemas vivenciados no seu cotidiano tinham raízes sociais e demandavam, portanto, soluções coletivas” (Sardenberg, 2018, p. 16). Para a autora, o ambiente de compartilhamento e identificação com as narrativas de outras mulheres, em um processo de reflexão coletiva, permitem a tomada de consciência que levará uma atuação coletiva (Sardenberg, 2018).

Ao refletir sobre os processos de dominação interiorizados pelas mulheres, Sardenberg aponta para a efetividade das ações coletivas: “ainda que esse processo possa ser desencadeado individualmente, a partir da leitura, por exemplo, é certamente muito mais eficaz quando se desenrola coletivamente” (Sardenberg, 2018, p. 22). A autora destaca também a maneira como os avanços tecnológicos nas comunicações permitem que esses processos coletivos de reflexão feministas aconteçam em ambientes virtuais, bem como que organizem ações e manifestações feministas presenciais. bell hooks (2019) comenta que a “consciência da necessidade de falar, de dar voz às variadas dimensões de nossas vidas, é uma maneira de a mulher não branca começar o processo de se educar para a consciência crítica” (hooks, 2019, p. 46).

Quesia do Carmo e Edvaldo Couto (2017) analisaram de que forma os compartilhamentos de experiências próprias, caracterizadas como narrativas do eu nas redes sociais, compõem uma práxis pedagógica feminista. Os autores apontam que apesar das violências de gênero que ocorrem na rede, a internet “se torna também um espaço onde mulheres podem se unir em torno de uma causa” (Do Carmo; Couto, 2017, p. 31). Apoiados nas formulações de Manuel Castells, os autores explicam que “para que haja a identificação com uma causa, é necessário que as pessoas envolvidas compartilhem seus



sentimentos através de uma proximidade gerada por um processo de comunicação” (Do Carmo; Couto, 2017, p. 32). Eles reforçam que as redes sociais são ambientes virtuais que favorecem essas trocas de experiência, assim, essas vivências fazem com que outras mulheres notem que seus problemas não são individuais, mas que também fazem parte de uma estrutura social. Consonante, Cecília Sardenberg (2018) assevera que “o que existe é uma coletividade de mulheres falando de suas vivências e seus pontos de vista, sendo ouvidas, compreendidas e acolhidas. Essa conscientização ocorre a partir de trocas de experiências e apoio mútuo (Seidman, 2013)” (Do Carmo; Couto, 2017, p. 38).

Molly Shilo (2017) aponta, ao discutir especificamente as interações sociais de compartilhamento de vivência das pessoas negras, que “um importante trabalho de identidade ocorre nessas interações sociais cotidianas e os podcasts fornecem a mesma atmosfera em um formato portátil sob demanda” (Shilo, 2017, p. 8, tradução das autoras). Ao analisar o *Another Round*<sup>6</sup>, a autora compreende que, mesmo trabalhando em um lugar “dominado por homens brancos” (Shilo, 2017, p. 6), o contexto do programa configura um espaço que permite essa sociabilidade não só para as mulheres negras, mas para a população negra em geral. “Essas duas mulheres não apenas estão conquistando um espaço para a sociabilidade negra, digital ou não, em um mundo que tenta consistentemente relegá-las à margem, mas também estão discutindo abertamente as consequências emocionais e mentais de serem oprimidas” (SHILO, 2017, p. 8, tradução das autoras).

Ao pensar as relações entre público e privado no podcast, Photini Vrikki e Sarita Malik (2019)

concordam sobre a busca pela criação de um espaço seguro onde as produtoras podem elaborar seus conteúdos entre pares, mas também há um extrapolamento dessa suposta segurança quando os episódios são jogados na rede e entram em contato com o público.

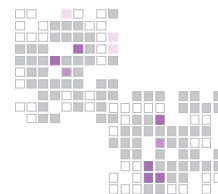
*Ocupando um espaço entre as esferas pública e privada, os podcasts, como qualquer outro contra-público<sup>7</sup>, são privados o suficiente para fornecer um site seguro, aberto e confiável para os hosts, enquanto públicos o suficiente para permitir a disseminação de informações e o acúmulo de ouvintes* (Vrikki; Malik, 2019, p. 274, tradução das autoras).

Outro trecho da fala de Ira Morato (*Mundo Freak, MdManas, Ponto G*) sintetiza a maneira como os eixos pessoal e político estão imbricados nos processos comunicativos desenvolvidos nos programas. “Então assim eu tenho essa motivação social de mostrar para as pessoas, olha só como isso também existe, olha como isso também é importante” (Morato, em entrevista para as autoras, 2020). Photini Vrikki e Sarita Malik (2019) percebem o podcast como uma ferramenta que cria comunidades e constrói solidariedade com foco no contexto britânico da produção de podcasts, as autoras percebem que

Investigar podcasts como experiência vivida e ferramenta antirracista revela como jovens produtores culturais negros e asiáticos não constituem simplesmente ‘comunidades marginalizadas’, mas estão inaugurando uma forma de cultura deliberativa que está produzindo e processando narrativas autodefinidas em canais de comunicação (Vrikki; Malik, 2019, p. 286,

6 O programa era produzido pelo BuzzFeed estadunidense, o último episódio foi ao ar em dezembro de 2017: <https://www.buzzfeed.com/anotherround>.

7 As autoras explicam que utilizam a noção de contra-público subalterno elaborado por Nancy Fraser segundo a qual grupos subalternos constroem discursos contra-hegemônicos sobre suas próprias identidades.



tradução das autoras).

Percebemos uma atuação similar em desenvolvimento pelas mulheres produtoras de podcast no Brasil. A relação estabelecida entre as entrevistadas e o conteúdo produzido é caracterizada pela militância feminista, ou pautada em outros temas, que tem uma forte motivação pessoal, explorando as vivências e experiências que para elas servirão para auxiliar tanto em seus próprios processos de percepção e prática feminista, quanto nos processos de outras mulheres.

### Considerações Finais

Consideramos que estamos diante de uma modalidade inscrita nas mídias sonoras que a partir da convergência dos meios se insere na cultura digital, e assim como ela, se modifica constantemente. No Brasil, o podcast vem crescendo a partir do investimento das empresas de streaming e da mídia tradicional, duas áreas que agora disputam com as produções independentes. Desse modo, o podcast passa a ser objeto de estudo cada vez mais frequente no campo da Comunicação Social.

Apesar do cenário apresentado, identificamos uma escassez de pesquisas publicadas que transversalizem os estudos de gênero/mulheres/feminismo ao podcast como objeto específico. No presente estudo, propusemos essa transversalidade e extrapolamos a lógica de um feminismo universal capaz de abarcar a realidade de todas as mulheres. Ao delimitarmos o perfil das produtoras dos podcasts mais ouvidos no Brasil segundo a PodPesquisa, notamos que mesmo em um espaço que ainda é reduzido e excludente, como o das mulheres podcasters, as mulheres negras, as mulheres transgênero e travestis seguem sendo uma minoria ainda mais invisibilizada, de forma similar ao que é percebido em outros âmbitos sociais. É certo que mulheres negras produzem podcasts, mas cabe

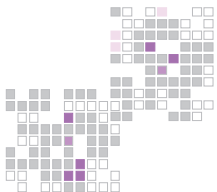
o questionamento do porquê desses programas não aparecerem na lista dos mais ouvidos, ou, se apareceram, o porquê de nenhuma mulher negra ter aceitado participar da pesquisa empírica aqui desenvolvida.

Evidenciamos, assim, que a maioria das participantes é branca, jovem, heterossexual que não tem filhos, com graduação completa e residente da região sudeste do país. Retomando a discussão sobre a possível democratização que o podcast carrega, percebemos que mesmo entre as mulheres - que representa um grupo minoritário dentro da mídia - existem traços de um perfil hegemônico e, desse modo, privilegiado. Esse dado nos diz quem tem acesso aos recursos para a produção de um podcast e, em especial, quem ganha visibilidade para que o produto tenha certo nível de audiência a ponto de ser citado entre os mais ouvidos da PodPesquisa 2018.

Mesmo com a ampla variedade de temas tratados nos programas que são produzidos pelas interlocutoras, todas as entrevistadas afirmaram que em alguma medida ser feminista exerce influência no conteúdo produzido. Assim, concluímos que o feminismo pode se manifestar nos mais diversos nichos dentro do podcast.

Por outro lado, apesar da diversidade de motivações que as levaram a começar a produção dos programas, todas encontraram, seja com as ouvintes, com suas colegas de bancada, no contato com convidadas ou com outras mulheres podcasters, a manutenção de relações que vão além do espaço de gravação. Assim, percebemos aspectos como a criação de comunidade, a construção de um espaço para apresentar sua voz e suas opiniões e ainda uma vontade de ação política ao falar de temas que consideram importantes, ao buscar ser exemplo que possa inspirar outras mulheres.

Por fim, apesar de não comporem um único coletivo organizado, e possuírem inclusive divergências de concepções feministas entre si, as



mulheres podcasters entrevistadas formam uma militância feminista preocupada em fazer da

podosfera um espaço de segurança e de igualdade para mulheres e outras minorias sociais.

## Referências

ALVES, Amanda; VIANA, Luana. “Filhas da Guerra”: uma análise da fala da mulher através do podcast. XXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação na Região Sudeste - INTERCOM, 2019, Vitória. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/sudeste2019/resumos/R68-0701-1.pdf>.

CARNEIRO, Sueli. Mulheres em movimento: contribuições do feminismo negro. In: HOLLANDA, Heloísa Buarque de (Ed.). *Pensamento feminista brasileiro: formação e contexto*. Bazar do tempo, 2019 (E-book).

CORUJA, Paula. *Uma mirada sobre a produção do campo da Comunicação sobre o feminismo*. 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - INTERCOM, 2018, Joinville. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2018/resumos/R13-1998-1.pdf>.

DO CARMO, Quesia Silva; COUTO, Edvaldo Souza. #PrimaveraDasMulheres – O florescer do feminismo nas redes sociais. *Cadernos de Educação*, n. 57, p.27-44, 2017. Disponível em: <https://periodicos.ufpel.edu.br/ojs2/index.php/caduc/article/view/12820>.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina D.; MESSA, Márcia Rejane. Os estudos de gênero na pesquisa em comunicação no Brasil. IN: ESCOSTEGUY, Ana Carolina D. (Org.) *Comunicação e gênero: a aventura da pesquisa*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2008. Disponível em: <https://bibliodigital.unijui.edu.br:8443/xmliui/handle/123456789/1465>.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina D. *Mídia e Questões e Gênero no Brasil*: pesquisa, categorias e feminismos. XXVIII Encontro Anual da Compós, 2019, Porto Alegre. Disponível em: [http://www.compos.org.br/biblioteca/trabalhos\\_arquivo\\_22M2AT9FW1L6KF0QT6HH\\_28\\_7782\\_22\\_02\\_2019\\_05\\_08\\_08.pdf](http://www.compos.org.br/biblioteca/trabalhos_arquivo_22M2AT9FW1L6KF0QT6HH_28_7782_22_02_2019_05_08_08.pdf).

FACIOLI, Lara Rodrigues; MISKOLCI, Richard. Conectadas: experiência de subalternidade e ajuda-mútua feminina online entre mulheres de classes populares. *Mediações-Revista de Ciências Sociais*, v. 20, n. 2, p.129-159, 2015. Disponível em: <http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/mediacoes/article/view/22856>.

FERREIRA, Gabriel; WINTER, Yasmin; ALVES, João; AVELAR, Kamilla. *O Podcast Como Lugar de Legitimação da Fala da Mulher*

*sobre Futebol*. 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - INTERCOM, 2018, Joinville. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2018/resumos/R13-1410-1.pdf>.

HOOKS, bell. *Erguer a voz: pensar como feminista, pensar como negra*. São Paulo: Elefante, 2019.

SANTOS, Luan Correia Cunha et al. *Podcast antropofágico: uma proposta metodológica para produções sonoras em comunicação*. 41º Congresso de Ciências da Comunicação, 2018, Joinville. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2018/resumos/R13-0669-1.pdf>.

SARDENBERG, Cecília M. B. O pessoal é político: conscientização feminista e empoderamento de mulheres. *Inclusão Social*, v. 11, n. 2, 13 ago, p.15-29, 2018. Disponível em: <http://revista.ibict.br/inclusao/article/view/4106>

SHILO, Molly. “I Matter”: Analyzing Self-Care, Racial Performativity, and Podcasting. *Proceedings of the New York State Communication Association*, v. 2016, Article 3, 2017. Disponível em: <https://docs.rwu.edu/nyscaproceedings/vol2016/iss1/3/>.

SILVA, Alice. S., & MALTA, Renata. B. *Levantamento dos artigos sobre podcast publicados nos Anais dos Congressos da Intercom de 2004 a 2019*. 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - INTERCOM, 2020, Virtual. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2020/resumos/R15-2214-1.pdf>

TOMAZETTI, Tainan Pauli. Por um mapa das dissidências: os estudos de gênero nas teses e dissertações em comunicação do Brasil (1972-2015). São Paulo, *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação - Intercom*, v. 43, n. 3 p.57-81, set-dez 2020. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/revistas/index.php/revistaintercom/article/view/3472/2477>.

VASCONCELOS, Adriane Jackson et al. *Podosfera Paraense: a produção de podcasts em Belém*. 41º Congresso de Ciências da Comunicação, 2018, Joinville. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2018/resumos/R13-1520-1.pdf>.

VRIKKI, Photini; MALIK, Sarita. Voicing lived-experience and anti-racism: podcasting as a space at the margins for subaltern counterpublics. *Popular Communication*, v. 17, n. 4, p.273-287, 2019. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/15405702.2019.1622>

