

**UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA “JÚLIO DE MESQUITA FILHO”
FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES, COMUNICAÇÃO E DESIGN
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO**

DANIELA BORGES DE OLIVEIRA

**EXPERIÊNCIA ESTÉTICA EM AMBIENTE DE PARTILHAS: INTERAÇÕES DE
OUVINTES E *PODCASTERS* DO *AFETOS E NÃO INVIABILIZE***

Bauru
2023

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
Av. Eng. Luiz Edmundo Carrijo Coube, 14-01 - Vargem Limpa. Bauru - SP - Brasil
Fone: 14 3103-6057 - e-mail spg.faac@unesp.br
www.faac.unesp.br

DANIELA BORGES DE OLIVEIRA

**EXPERIÊNCIA ESTÉTICA EM AMBIENTE DE PARTILHAS: INTERAÇÕES DE
OUVINTES E *PODCASTERS* DO *AFETOS E NÃO INVIABILIZE***

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (Unesp), campus de Bauru (SP), como requisito para obtenção do título de mestre em Comunicação, sob a orientação do Prof. Dr. Laan Mendes de Barros.

Bauru
2023

O48e

Oliveira, Daniela Borges de

Experiência estética em ambiente de partilhas : interações de ouvintes e podcasters do AFETOS e Não Inviabilize / Daniela Borges de Oliveira. -- Bauru, 2023

184 f. : tabs., fotos, mapas

Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual Paulista (Unesp), Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design, Bauru

Orientador: Laan Mendes de Barros

1. Podcasting. 2. Feminismo negro. 3. Experiência estética. 4. Teoria das Mediações. 5. Afetos. I. Título.

Sistema de geração automática de fichas catalográficas da Unesp. Biblioteca da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design, Bauru. Dados fornecidos pelo autor(a).

Essa ficha não pode ser modificada.

IMPACTO ESPERADO NA SOCIEDADE

Português

A pesquisa defende os ODS de Igualdade de gênero para empoderamento de mulheres e Redução de desigualdade, em espaços mediatizados de acolhimento e reconhecimento de mulheres negras. Resultados foram previamente expostos em estágio para ensino da Teoria das Mediações. Pretende-se realizar debate com coletivo negro sobre os achados da investigação.

English

The research defends the SDG of Gender Equality for the empowerment of woman and Reduction of inequality in mediatized spaces for recognition of black women. Preliminary results were exposed in an internship to teach the Theory of Mediations. It is intended to hold a debate with a black collective about the research.

ATA DA DEFESA PÚBLICA DA DISSERTAÇÃO DE MESTRADO DE DANIELA BORGES DE OLIVEIRA, DISCENTE DO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO, DA FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES, COMUNICAÇÃO E DESIGN - CÂMPUS DE BAURU.

Aos 24 dias do mês de agosto do ano de 2023, às 10:00 horas, por meio de Videoconferência, realizou-se a defesa de DISSERTAÇÃO DE MESTRADO de DANIELA BORGES DE OLIVEIRA, intitulada **EXPERIÊNCIA ESTÉTICA EM AMBIENTE DE PARTILHAS: INTERAÇÕES DE OUVINTES E PODCASTERS DO AFETOS E NÃO INVIABILIZE**. A Comissão Examinadora foi constituída pelos seguintes membros: Professor Doutor LAAN MENDES DE BARROS (Orientador(a) - Participação Presencial) do(a) Departamento de Comunicação Social / Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação de Bauru, Professora Doutora ÂNGELA CRISTINA SALGUEIRO MARQUES (Participação Virtual) do(a) Departamento de Comunicação Social / Universidade Federal de Minas Gerais, Professora Associada LARISSA MAUÉS PELÚCIO SILVA (Participação Presencial) do(a) Departamento de Ciências Humanas / Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação de Bauru. Após a exposição pela mestrande e arguição pelos membros da Comissão Examinadora que participaram do ato, de forma presencial e/ou virtual, a discente recebeu o conceito final: APROVADA. Nada mais havendo, foi lavrada a presente ata, que após lida e aprovada, foi assinada pelo(a) Presidente(a) da Comissão Examinadora.

Professor Doutor LAAN MENDES DE BARROS



“O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.”

“This study was financed in part by the Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Finance Code 001.”

DANIELA BORGES DE OLIVEIRA

**EXPERIÊNCIA ESTÉTICA EM AMBIENTE DE PARTILHAS: INTERAÇÕES DE
OUVINTES E *PODCASTERS* DO *AFETOS E NÃO INVIABILIZE***

Área de concentração: Comunicação

Linha de pesquisa: Produção de Sentido na Comunicação Midiática

BANCA EXAMINADORA:

Prof. Dr. Laan Mendes de Barros (presidente e orientador)

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA “JÚLIO DE MESQUITA FILHO” (UNESP)

Prof.^a Dr.^a Larissa Maués Pelúcio Silva

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA “JÚLIO DE MESQUITA FILHO” (UNESP)

Prof.^a Dr.^a Ângela Cristina Salgueiro Marques

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS (UFMG)

Bauru, 25 de julho de 2023

AGRADECIMENTOS

À Unesp agradeço a oportunidade de vivenciar uma etapa de minha formação em universidade pública, pela qualidade do Programa de Pós-graduação em Comunicação, pela competência de seus e suas professoras e a possibilidade de realizar parte de minha investigação com financiamento da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES). O curso possibilitou não só meu crescimento profissional, mas uma ruptura em relação a novas experiências e vivências na cidade de Bauru, longe de familiares e amigos, onde também dei início ao meu primeiro emprego. A oportunidade da pesquisa neste momento de vida também me possibilitou observar a realidade de forma mais crítica.

Agradeço aos meus pais, Rosângela e Romildo, que me encorajam desde cedo aos estudos continuados e a seguir a carreira acadêmica. Por me apoiarem em todo este processo de descobertas profissionais e pessoais. Por acreditarem em meu potencial, me incentivando ao crescimento sempre. Mas principalmente por me transmitirem força, me fazendo lembrar que o esforço nos compensa com belos frutos.

À minha irmã Mariana, que mesmo em outra cidade me deu suporte emocional e carinho para me manter firme nos caminhos da pesquisa acadêmica. Em especial, por ter me dado o grande presente de ser madrinha do meu sobrinho Pedro, que se tornou para mim um lembrete constante da leveza da vida.

Ao meu noivo, que vem caminhando comigo em todas as etapas da vida, especialmente minhas investidas acadêmicas e profissionais. Pelas discussões acaloradas após leituras instigantes do curso, pelo interesse em meu tema, mas principalmente pelos afetos, pelo amor que continuou nutrindo mesmo à distância.

Ao meu orientador Laan Mendes de Barros, pela parceria e compreensão sensível de minhas preocupações, pelo reconhecimento da qualidade de meu trabalho, pelas oportunidades de estágio. Por me guiar em experiências estéticas e poéticas que transformaram a forma como vejo o ensino superior, mas principalmente por ter incentivado novos olhares políticos sobre o cotidiano compartilhado. Enfim, por me ensinar a riqueza das vivências humanas pelos olhos da Comunicação sem anestesia.

Às professoras Larissa Pelúcio e Ângela Marques, pelas contribuições para o trabalho e por serem pesquisadoras admiráveis, exemplos de profissionais que eu gostaria de me tornar.

Por fim, agradeço a todas as pessoas que participaram de alguma forma de minha trajetória no mestrado. Em especial, às amigas que construí dentro e fora da pós-graduação.

OLIVEIRA, Daniela Borges. **Experiência estética em ambiente de partilhas: interações de ouvintes e podcasters do AFETOS e Não Inviabilize**. 2023. Folhas. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Programa de Pós-graduação em Comunicação, Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design, Universidade Estadual Paulista, sob orientação do Prof. Dr. Laan Mendes de Barros, Bauru, 2023.

RESUMO

A investigação busca compreender a experiência estética de ouvintes dos *podcasts AFETOS e Não Inviabilize*, produzidos por mulheres negras que compartilham histórias e experiências pessoais e dos e das ouvintes. Para isso, parte do olhar para as interações e relações com as produtoras e entre ouvintes no *Telegram* desses programas, a fim de mapear motivações e as mediações acionadas quando partilham experiências e sentidos. Dessa forma, tem fundamentação teórico-epistemológica nos autores da Experiência Estética na Comunicação, pelas noções de partilha sensível e emancipação do espectador de Jacques Rancière, sobre a constituição das comunidades de afeto e vínculos, com Muniz Sodré, e reconhecimento e identificação em Paul Ricoeur; apoiada nas bases teórico-metodológicas das mediações culturais e comunicacionais com Jésus Martín-Barbero e Guillermo Orozco Gómez; em diálogo com autoras feministas negras que melhor explicam vivências interseccionadas em espaços seguros e afetivos, especialmente com Carla Akotirene, Patrícia Hill Collins e Sirma Bilge; frente ao questionamento das mulheres negras como um outro historicamente invisibilizado no olhar de Grada Kilomba e Djamila Ribeiro; e como por meio da oralidade esta realidade se transforma, em comunidade, com Leda Maria Martins. A escuta de *podcasts*, como vemos nas partilhas no *Telegram* feitas principalmente por mulheres negras e pessoas LGBTQIA+, é carregada de investimento emocional, constituídas de consensos e dissensos, potencializadora do compartilhamento de histórias para autoidentificação e acolhimento.

Palavras-chave: Podcast; Experiência Estética; Mediações; Interseccionalidade; Partilha Sensível; Reconhecimento.

ABSTRACT

The research aims to understand the aesthetic experience of listeners of the podcasts AFETOS and Não Inviabilize, produced by black women who share personal stories and experiences of their listeners. For this purpose, we look at the interactions and relationships with the producers and in between listeners on the groups on Telegram of these programs, in order to map motivations and mediations triggered when sharing experiences and meanings. Thus, it has a theoretical-epistemological foundation in the authors of the Aesthetic Experience in Communication, by the concepts of sensitive sharing and emancipation of the spectator by Jacques Rancière, the constitution of communities of affection and bonds, with Muniz Sodré, and recognition and identification in Paul Ricoeur; supported by the theoretical-methodological bases of cultural and communicational mediations with Jesús Martín-Barbero and Guillermo Orozco Gómez; in dialogue with black feminist authors who best explain intersectional experiences in safe and affective spaces, especially with Patricia Hill Collins and Sirma Bilge, Carla Akotirene, facing the questioning of black women as a historically invisibilized others in the view of Grada Kilomba and Djamila Ribeiro, and how through orality this reality is transformed, in community, with Leda Maria Martins. Listening to podcasts, as we see in the shares on Telegram made mainly by black and LGBTQIA+ women, is loaded with emotional investment, constituted of consensus and dissent, enhancing the sharing of stories for self-identification and welcoming.

Keywords: Podcast; Aesthetic Experience; Mediations; Intersectionality; Sensitive sharing; Recognition.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	1
O FENÔMENO DO <i>PODCASTING</i>	10
1.2 Rádio: marcas da mídia sonora na experiência do público	13
1.3 Características gerais do <i>podcast</i>	16
1.4 A podosfera brasileira	20
1.5 Categorização e preferências nacionais.....	24
1.6 Lugar de muitas vozes: hegemonias e resistências	27
1.7 Não inviabilize os AFETOS.....	31
FUNDAMENTAÇÕES TEÓRICO-METODOLÓGICAS DA PESQUISA.....	37
2.2 COMUNICAÇÃO E EXPERIÊNCIA ESTÉTICA	37
2.2.1 A constituição de um comum compartilhado.....	43
2.3 MEDIAÇÕES E INTERSECCIONALIDADE: GUIAS DO <i>CORPUS</i> E ANÁLISE	45
2.3.1 Mediações culturais e ênfase na recepção.....	45
2.3.2 Interseccionalidade.....	48
2.3.3 Partilhas sensíveis	50
2.3.4 Territorializar e criar espaços seguros.....	53
2.3.5 Afeto e comunidades afetivas	56
PRIMEIRO TERRITÓRIO AFETIVO: como <i>podcasters</i> convocam o ouvinte.....	59
3.2 <i>Podcasters</i> Gabi Oliveira e Karina Vieira.....	62
3.3 AFETOS <i>podcast</i>	67
3.4 <i>Podcaster</i> Déia Freitas	69
3.5 <i>Podcast NÃO INVIABILIZE</i>	75
3.5.1 O projeto <i>NÃO INVIABILIZE</i>	78
3.6 Performances da voz e linguagem dos <i>podcasts</i>	81
3.6.1 <i>AFETOS</i> : Rastros na linguagem e estrutura dos episódios	82
3.6.2 <i>NÃO INVIABILIZE</i> : Rastros sonoros e interações em mídias digitais.....	86
SEGUNDO TERRITÓRIO AFETIVO: experiência dos ouvintes no <i>Telegram</i>	93
4.2 Grupos no <i>Telegram</i>	102
4.2.1 Sobre ética e composição do <i>corpus</i> da pesquisa.....	103
4.3 Grupo <i>AFETOS</i> : categorias de interação	106
4.3.1 Mediações Referenciais.....	107
4.3.2 Mediações Institucionais	110
4.3.3 Mediações Cognitivas	111
4.3.4 Mediações Tecnológicas	112
4.3.5 Mediações Situacionais	115
4.3.6 Apropriações	121
4.4 Grupo <i>Não Inviabilize</i> : categorias de interação	125
4.4.1 Mediações Referenciais.....	127
4.4.2 Mediações Institucionais	128
4.4.3 Mediações Cognitivas	129
4.4.4 Mediações Tecnológicas	130
4.4.5 Mediações Situacionais	131

4.4.6 Apropriações	134
4.5 A comunicação como alteridade na sociedade midiaticizada	137
REFLEXÕES E CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	145
REFERÊNCIAS.....	153
APÊNDICE A – Teses e Dissertações sobre <i>podcast</i> de 2012 a 2021	163
APÊNDICE B – Artigos científicos sobre podcasts com angulação de raça e gênero .	165
ANEXO 1 – Perfil de ouvintes do <i>AFETOS</i> pelo <i>Anchor</i>	167
ANEXO 2 – Perfil de ouvintes do <i>Não Inviabilize</i> no <i>Spotify</i>	169

ÍNDICE DE ILUSTRAÇÕES

FIGURAS

Figura 1: Meme que ilustra a sensação de intimidade dos ouvintes de podcasts	19
Figura 2: Capa do podcast Não Inviabilize.....	32
Figura 3: Capa do AFETOS, seguida de exemplos de capas dos episódios com rosto das apresentadoras	34
Figura 4: Mapa das Mediações propostos nos anos 1990 e 2010, respectivamente....	46
Figura 5: Gabi Oliveira, em publicação sobre seu livro com Karina Vieira: Cartografia dos Afetos.....	63
Figura 6: Karina Vieira, em publicação que mostra a importância do afeto em sua trajetória.....	65
Figura 7: Ênfase dada por Déia em ser uma contadora de histórias e seu perfil característico	70
Figura 8: Trecho de entrevista com Déia Freitas publicado em rede social	71
Figura 9: Exemplos de interações nos stories, que ficaram disponíveis por um curto período de tempo	73
Figura 10: Trechos de interpretações de episódio do podcast em libras pelo Youtube	79
Figura 11: Vinhetas dos quadros Picolé De Limão e Amor Nas Redes.	87
Figura 12: Público fantasiado do podcast no carnaval	89
Figura 13: Mapa de categorias temáticas de cada <i>podcast</i> enquadradas nas mediações de Orozco Gómez (2005)	97
Figura 14: Nuvem de palavras do grupo AFETOS no Telegram	125
Figura 15: Nuvem de palavras do grupo Não Inviabilize no Telegram.....	137

GRÁFICOS

Gráfico 1: Representação das categorias de podcasts preferidas no Brasil	25
---	----

TABELAS

Tabela 1: Presença da mulher em diferentes contextos do Rádio.....	15
Tabela 2: Episódios lançados no período de janeiro a março de 2023, numerados por data	59

CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Antes de adentrarmos na dissertação propriamente dita, algumas considerações são necessárias para situar minhas reflexões sobre experiências estéticas, sensíveis como veremos adiante, em contextos de interseccionalidade de gênero e raça. Nesta seção usarei a primeira pessoa do singular, para expressar meu “lugar de fala”, como discute Djamila Ribeiro, no sentido de mostrar vivências e referências que carrego, e na tentativa de questionar um discurso dominante.

Foi na graduação em Jornalismo (2016-2020), na Universidade Metodista de Piracicaba – UNIMEP, que eu passei a ouvir *podcasts* no deslocamento para a escola, mais frequentemente o *Mamilos*. Meu contato com *podcasts* aumentou durante os anos de distanciamento social da pandemia de Covid-19 no Brasil, período em que passei a escutar também o *podcast AFETOS*, um acalento e companhia nos meus dias. Além do isolamento, porém, o contexto político do país me causou muita apreensão, principalmente pela violência da então figura presidencial contra jornalistas e em especial contra mulheres.

Assim, a escolha da pesquisa partiu, também, de um vínculo anteriormente criado com o objeto de pesquisa, que é para mim um objeto de afetos. A identificação com o *podcast* envolve suas temáticas sensíveis e de vivências de mulheres que discutem formação acadêmica, desafios da vida adulta, insegurança, solidão, autocobranças e pressões sociais que falam também dos sentimentos que senti e se transformam com o tempo, dos momentos de vida que passei e passo, da entrada no mestrado à saída da casa dos meus pais, do início de um relacionamento afetivo à distância, das vivências morando com uma amiga e depois sozinha em outra cidade, da ansiedade, da angústia.

Com o *AFETOS* descobri o *podcast Não Inviabilize* que passei também a ouvir principalmente durante as atividades domésticas. Apesar de não participar ativamente das comunidades desses programas, me considero fã, “aca-fã”¹ como Maria Immacolata Vassallo de Lopes e Clarice Greco vêm discutindo com outros pesquisadores no ramo televisivo, a partir do conceito de Henry Jenkins. Tal condição me coloca em lugar privilegiado de compreensão das experiências de atravessamento dos e das espectadoras destes *podcasts*, porém exige ainda um processo de autorreflexão e crítica. Como discutiremos a seguir, este meu local como pesquisadora condiz com um entendimento da Comunicação como uma experiência sensível, de trocas e afetações.

¹ Termo usado para se referir a pesquisadoras/res acadêmicas/os que estudam temas dos quais são fãs.

Por esta razão, é importante conhecer de que “local” eu falo, de quais meus contextos e mediações – conceito que permeará a pesquisa. Sou uma pesquisadora mulher, latina, branca, cis e heterossexual, sudestina, que recém se insere e se identifica com autoras do feminismo negro. Apesar de fazer parte de um padrão privilegiado de raça, classe e sexualidade frente a uma sociedade cisheteropatriarcal, ser mulher ainda é percorrer um caminho de luta contra desigualdades, violências e controle sobre nossos corpos.

Eu me coloco em um lugar de sensibilidade em relação a ouvir histórias diversas, mas que falam sobre mim como gênero historicamente silenciado, em relação de porosidade entre objetos e sujeitos pesquisados e pesquisadora. Tomando a ideia de “cultura do ouvir”, de José Eugênio Menezes, entendemos que esta criação de vínculos, primeiramente sonoros, constituem-se em matizes afetivas. Por isso, a atenção aqui é escutar as potências criadas pelas vozes das mulheres, e principalmente mulheres negras, das produtoras e ouvintes dos *podcasts AFETOS* e *Não Inviabilize*. Mais do que uma noção de “dar voz”, aqui eu quero “abrir os ouvidos” para escutar e compreender o processo comunicacional envolvido por tais produtoras e seus/suas ouvintes. Por essa razão, eu escolho me retirar do texto no sentido de preencher o espaço destas páginas com a polifonia de vozes, das *podcasters* e das/dos ouvintes, ao utilizar da primeira pessoa do plural “nós” quando necessário para especificar procedimentos da pesquisa.

Parafraseando Déia Freitas, do *Não Inviabilize*, pedindo licença para me adequar ao contexto: Então vamô lá. Vamô de pesquisa!

Capítulo 1

INTRODUÇÃO

A investigação ora relatada se organiza numa perspectiva qualitativa, fenomenológica, fundamentada pela experiência estética na Comunicação (PARRET, 1997; RICOEUR, 2006; SODRÉ, 2002, 2016; RANCIÈRE, 2009, 2012) para pensar o fenômeno do *podcasting* no olhar para suas e seus expectadores ouvintes – a escolha do termo “espectador(a)”, apesar de sua associação à audiência televisiva, refere-se à noção de um espectador emancipado, nos termos de Rancière (2019), que discutiremos adiante – a partir de dois casos, o *podcast AFETOS*, produzido por mulheres negras, e o *Não Inviabilize*, produzido majoritariamente por mulheres, considerando que ambos possuem grupos no *Telegram* para trocas com seu público e as apresentadoras trabalham conjuntamente em diversas frentes, em especial no quadro *AFETOS te ajuda*.

Quase para completar duas décadas de existência, o *podcasting* ganhou destaque nos últimos anos com exponencial aumento de produtos e audiência. No mundo, existem mais de 3 milhões de *podcasts* ativos² e dentre os maiores produtores e com o mais rápido crescimento neste sentido está o Brasil, somando mais de 196 mil *podcasts*, atrás apenas dos Estados Unidos (LISTEN NOTES, 2023; GLOBO, 2021; VOXNEST, 2020). Além deste grande interesse e relevância mercadológica, existe um protagonismo do *podcasting* nos estudos de mídia sonora, nas orientações e pesquisas acadêmicas brasileiras (KISCHINHEVSKY et al., 2021).

A podosfera encontra-se atualmente na geração iniciada em 2019, considerado o “ano de ouro do podcast” (SILVA e SANTOS, 2020). Em março de 2020, vale lembrar, vivemos a pandemia do coronavírus, decretado pela OMS – *Organização Mundial da Saúde*, exigindo medidas de distanciamento social que influenciam relacionamentos

² Vários *podcasts* foram descontinuados ou deletados conforme os anos, mas o número é ínfimo perto da quantidade produzida.

interpessoais. No mesmo ano, foram produzidos mais de 1 milhão de *podcasts* no mundo, o maior número registrado desde 2010 (LISTEN NOTES, 2023). No Brasil, houve uma queda na audiência nos primeiros meses deste contexto sanitário, e um retorno ao crescimento do número de ouvintes se deu principalmente pelos *podcasts* transmitidos pelo *Youtube* (ABPOD, 2021). Durante a pandemia, porém, um grande número de novos ouvintes surge, e os que já ouviam *podcasts* aumentam seus hábitos de consumo (GLOBO, 2021). O panorama, que inspirou o primeiro desenho da presente pesquisa, nos faz pensar o *podcast* em suas características vinculativas e de acolhimento, que tornou-se popular como uma forma de companhia dos e das ouvintes, mesmo em tempo de recolhimento.

A provocação surge da atualidade e relevância de pensar o papel dos afetos na Comunicação, que como área de conhecimento e campo de atividade humana é vista aqui em perspectiva dialética, das complexas vinculações humanas em tempos de um *bios virtual*, em que a mídia é ambiente a que estamos sujeitos e que afeta nossas relações (SODRÉ, 2002). Vindos de tempos de adaptações durante e após a pandemia e suas medidas de distanciamento social, é para nós instigante compreender formas de experienciar fenômenos comunicacionais, como o *podcast*. Alinhados às bases teóricas da experiência estética e do feminismo negro, partimos para a percepção de produções feministas que oferecem espaços de trocas de sensibilidades desde seus conteúdos até o contato direto com seus e suas espectadoras. Nesta linha de raciocínio, faz-se imprescindível o olhar para interseccionalidades que influem nas vivências em sociedade e formas de experenciar os *podcasts*, bem como para compreensão das experiências partilhadas pelo público, em especial ao tratar de mulheres negras e população LGBTQIA+³.

O estudo sobre o fenômeno comunicacional do *podcasting* se faz relevante em vivências da sociedade em rede, visto a proliferação de aparatos móveis e sistemas de interconexão digital que acompanham e estruturam a rotina dos indivíduos, e que potencializam tanto a produção independente desses tipos programas, em áudio ou vídeo, como a escuta experienciada por ouvintes. Existe a possibilidade de enorme variedade de temas nas produções, e é característico dos *podcasts* a criação de um ambiente de intimidade com o/a ouvinte. É neste sentido que a presente pesquisa busca compreender fatores

³ Escolhemos utilizar a sigla LGBTQIA+ (Lésbicas, Gays, Travestis e Transsexuais, Queer, Intersexuais, Assexuais e demais identidades, como Não-binários e Pansexuais) concordando com seu uso pelo Observatório de Mortes e Violências contra LGBTI+ no Brasil, em explicação de 2022. Disponível em: <https://observatoriomorteseviolenciaslgbtibrasil.org/orgulho-lgbt/significado-sigla-bandeira-lgbt/>. Acesso em: 14 mar. 2023. Também é dessa forma que a apresentadora do *podcast Não Inviabilize* se refere à comunidade.

sensíveis e de vinculação presentes na relação entre espectadores e espectadoras, *podcasters* e seus conteúdos.

Neste contexto midiático, Barros (2012) avança na ideia de um *bios virtual* como complementar à ideia de mediatização da cultura sugerida por José Braga (2006), como a mediatização do próprio ser humano. Esta lógica pensa que as interações com a mídia atravessam e influenciam a cultura, de forma reflexiva. O olhar é guiado pelo entendimento de que estamos envolvidos em um contexto de mediatização, em um sentido processual que vai além de um modelo informacional de emissão e recepção de mensagens, mas envolve as práticas de uso dos meios e seus produtos, que podem ser transformados para novos objetivos em apropriações individuais e coletivas, marcadas por processos identitários. Agimos *com e sobre* os produtos mediatizados (BRAGA, 2006). É nesta ambiência que os espectadores e espectadoras dos *podcasts* estão envolvidos.

O caminho trilhado para esta pesquisa começa com uma imersão no universo do *podcasting*, ao mesmo tempo de um aprofundamento teórico e metodológico, iniciado com autores da experiência estética. Os próprios objetos nos instigaram à compreensão da diversidade de experiências e vivências, contempladas por discussões do feminismo negro e do conceito de interseccionalidade (COLLINS e BILGE, 2021), que complementa a noção de mediações (MARTÍN-BARBERO, 2004; 2009; OROZCO GÓMEZ, 2005) presentes na fruição dos espectadores em ambientes de partilha e comunicação. Dessa ampliação do olhar sobre o fenômeno, a trilha se afunila na empiria, na observação dos *podcasts* e da atuação das produtoras e então nas partilhas presentes no *Telegram* de cada programa.

Particularmente em nosso país, com estimados 34,6 milhões ouvintes, a preferência está no consumo de produtos nacionais e o agregador mais usado por produtores e produtoras e para consumo de *podcasts* é o *Spotify* (ABPOD, 2020; 2021). A *podosfera*, porém, mostra-se um ambiente ainda bastante masculino, branco, heteronormativo e sudestino (ABPOD, 2021). É necessário, por isso, evidenciar as produções feministas, principalmente de mulheres negras, e nos instiga investigar as interações e relações de seus e suas ouvintes em ambientes de compartilhamento de mensagens. Neste sentido, o conceito de interseccionalidade (AKOTIRENE, 2019; COLLINS e BILGE, 2021) é ferramenta analítica para investigar relações envolvidas nas vivências das produtoras e nas experiências partilhadas de seus e suas ouvintes. Neste sentido, categorias são pensadas em transversalidade, como: raça, gênero, etnia, cidadania, orientação sexual, capacidade, faixa etária, religião, regionalidade (COLLINS e BILGE, 2020).

A pesquisa busca pensar as experiências sensíveis – estéticas – acionadas pela escuta de *podcasts* de mulheres, que possuem grupos específicos no *Telegram* para os/as ouvintes de seus programas, seus espectadores e espectadoras. As interações possíveis entre *podcasters* e público é objeto de estudo desde o surgimento dos primeiros programas em áudio, porém é mais recente o uso do aplicativo do *Telegram* para a criação de grupos de interação direta com a audiência. Dessa forma, temos como problema norteador: “Como se dá a experiência estética – percepção, construção de vínculos, relações entre ouvintes e produtoras – dos e das ouvintes dos *podcasts AFETOS* e *Não Inviabilize* nos ambientes de trocas comunicacionais que disponibilizam no *Telegram*?”.

Pensar a comunicação como experiência estética é considerar que fenômenos comunicacionais são relacionais e interacionais, com envolvimento de sensibilidades e carregados de vivências individuais e coletivas que influem nas formas de produção de sentidos. Os fenômenos são observados então em sentido dialógico, de compartilhamento e participação, tal como observaremos nas interações dos espectadores e espectadoras de *podcasts* em plataformas de trocas de mensagens. Nesta visada, o objeto comunicacional está em constante transformação, e as partilhas envoltas de afetos geram também potência política de reflexão da realidade.

Partimos da seleção de dois *podcasts*, escolhidos por suas características estéticas, sendo os *podcasts AFETOS*, apresentado pelas comunicadoras Karina Vieira e Gabi Oliveira, e o *Não Inviabilize*, da contadora de histórias Andréia Freitas, mais conhecida como Déia. Pensar a comunicação como experiência estética, como comunicação sem anestesia (BARROS, 2017), nestas produções inicia-se nos próprios títulos dos programas. Em *AFETOS*, a intenção de compartilhamento de afetações, sentimentos e vivências é o cerne da produção, colocando as *podcasters* em permeabilidade com seu público, o que se aproxima do sentido proposto por Sodré (2016) do afeto como a o sobre o outro, como potência do agir e transforma o. Da mesma forma, *Não Inviabilize*   nome tanto do *podcast* quanto de um projeto mais amplo de Déia que envolve formas de ativismo político, explícitas ou não, com natureza de acolhimento de histórias diversas. Seu objetivo   não inviabilizar formas de existência e discutir experiências, fazendo-as aparecerem – já que muitas vezes elas não têm visibilidade em demais meios de comunica o – em seus episódios.

  justamente nas vincula es entre identidades que Sodré (2016) pensa o afeto no sentido de jogos de vincula o e afeta o dos sujeitos. A sensibilidade, para o autor,   capaz

de aproximar diferenças, de forma em que é possível pensar uma abordagem compreensiva da comunicação. É imprescindível, porém, pensar o afeto e o vínculo com o olhar apurado para as formas de discriminação e opressão, como sobre as vivências de mulheres negras, como propõe Rosane Borges (2019).

Dessa forma, o objeto de pesquisa se constitui em dois momentos, que compõem o terceiro e quarto capítulos da dissertação, respectivamente. Primeiramente, em uma análise dos contextos e mediações das *podcasters* e seus programas, localizando vestígios das formas que utilizam para interagir, acolher os discursos de seus/suas ouvintes e promover uma escuta acolhedora. Em um segundo momento, e que responde diretamente à questão desta pesquisa, constituímos um *corpus* baseado na categorização de casos emblemáticos de experiências partilhadas em mensagens nos *chats* no *Telegram* de cada *podcast*⁴. Para isso, são observadas características marcantes e informações relevantes na data de criação destes grupos e no período de janeiro a abril de 2023, dando atualidade aos resultados. Dirigimos, assim, o olhar para a recepção sensível dos *podcasts* nesta prática de participação nos grupos do *Telegram*.

As experiências de escuta dos *podcasts* e partilhas nos grupos estão envoltas de relações carregadas de afetos, sensibilidades que atravessam vivências cotidianas, sociais e políticas. Pensar a partilha sensível (RANCIÈRE, 2009) faz perceber a composição social em que cada indivíduo tem sua particularidade e vivências, e ainda faz parte de um comum. Tomar parte do comum é reivindicar existência, reconhecimento (RICOEUR, 2006), por isso a estética está associada à política. Na base dessa participação política está a experiência sensível que permite pensar formas de vida, propor diferentes lugares e soluções.

São nessas relações que os sentidos surgem. Tais preceitos trazem herança de pensar a recepção na qual o espectador interpreta em sua autonomia, na linha de um “espectador emancipado” (RANCIÈRE, 2012), que cria e recria sentidos, apropriando-se do mundo possível apresentado na obra ao experimentá-la (RICOEUR, 1989). A recepção abre lugar para avaliação e discussão, confronto de si mesmo.

Neste contexto, o objetivo geral da pesquisa é interpretar as experiências estéticas dos/das ouvintes dos *podcasts* *AFETOS* e *Não Inviabilize* tendo como foco as partilhas sensíveis que ocorrem em seus respectivos grupos no *Telegram*, onde produtoras estimulam espectadoras e espectadores a interagirem, muitas vezes criando pautas para os *podcasts* pela

⁴ Para isso, foram recolhidas amostras intencionais de mensagens, mas mantido o anonimato dos membros dos grupos, de forma que se constituíssem categorias, eixos temáticos, dos assuntos e experiências presentes e mais relevantes para responder à pergunta norteadora da pesquisa. O método é explicado no Capítulo 3.

opinião e compartilhando de vivências de seus membros. São objetivos específicos da investigação: a) mapear as mediações e afetos envolvidos nos processos de experimentação sensível dos *podcasts* por seus e suas ouvintes; b) identificar o perfil dos e das ouvintes destes *podcasts* tendo como recorte temporal o primeiro trimestre de 2023; e c) investigar as motivações, considerando contexto histórico e político, da escolha pelas e pelos ouvintes de escutar tais *podcasts* e por partilhar histórias, sugestões, críticas, opiniões, experiências e sentimentos nos grupos do *Telegram*.

Buscamos entender, por isso, os processos de existência individual e coletiva, de reconhecimento e identificação, construção de um comum nestas comunidades de espectadores-ouvintes. Uma cultura do diálogo com o “Outro”, como vemos acontecer de forma materializada nos grupos, considera na alteridade que “o outro está presente no tempo e espaço da experiência de vida de cada indivíduo, o outro está presente na própria concepção da ipseidade de cada um. O outro está em nós” (BARROS, 2017, p. 171). Mas sobre formas de reconhecimento, tanto do “eu” enquanto sua identidade como do “outro”, necessitamos pensar impedimentos e condições interseccionais e de mediações culturais envolvidas (AKOTIRENE, 2019; COLLINS e BILGE, 2021; MARTÍN-BARBERO, 2004; 2009; OROZCO GÓMEZ, 2005).

A recepção é lugar privilegiado de apropriação e produção de sentidos, sendo importante perceber as relações produzidas em contato com a mídia e posteriormente nos contextos vividos. Nesse sentido, é estratégico pensar a estesia do receptor: “Pensar a comunicação no âmbito da experiência estética implica, portanto, em acreditar no ser humano como um ser dotado de discernimento e sensibilidade, como um sujeito consciente, atento, sensível e criativo” (BARROS, 2017, p.162). O que não significa, porém, pensar numa afetividade positiva e concordância generalizada, mas em ambientes minimamente seguros, inspirado na concepção de Collins (2019), em que interações ocorram entre consensos e dissensos (RANCIÈRE, 2009), em tensionamentos construtivos.

O estado da arte dos estudos sobre *podcasting* revela a contribuição de tratar da experiência de ouvintes de *podcasts* a partir de autores e autoras da experiência estética, hermenêutica e do feminismo negro. Couto e Martino (2018) mostram que menos da metade das pesquisas de 2006 a 2017 do Banco de Teses e Dissertações da CAPES que analisam *podcasts* são da área de Comunicação, estando em Educação o maior número de estudos. Prata, Avelar e Martins (2021) percebem o mesmo, dessa vez em levantamento na base *Web of Science*, de 2005 a 2017.

Pesquisas anteriores enfocam o uso do *podcast* como objeto empírico, com prevalência de estudos de caso e pensá-lo como parte de uma cultura digital ampla, a partir de pesquisas de campo e análise de conteúdo, principalmente (COUTO e MARTINO, 2018). Em anais de eventos de Comunicação⁵ a revisão bibliográfica e estudo de caso são os métodos mais utilizados, considerando levantamento de 2004 a 2019, no qual Viana (2020) atenta para a falta de autores centrais para o estudo do fenômeno. Os referenciais teóricos, na maioria, são do campo do Rádio e Mídia Sonora (64%) e, em menor quantidade, Cibercultura e Mídia Digital (17%). O oposto é observado por Couto e Martino (2018) em teses e dissertações, que demandam maior densidade teórica e contextualização. Nestas pesquisas, autores mais referenciados são Pierre Levy e André Lemos, que estudam cibercultura, e Gilles Deleuze, da filosofia. Em menor número, são referenciados Luiz Artur Ferraretto e Eduardo Meditsch do campo do rádio, entre outros. Considerar o fenômeno do *podcasting* em sua dimensão da estesia, da experiência sensível dos/das ouvintes, nos convida a explorar outras metodologias, como sugere Prata (2021), sobre a necessidade de se buscar novos métodos de pesquisa em mídia sonora.

Para dar atualidade ao olhar sobre *podcasts* no Brasil, nós também levantamos teses e dissertações de 2012 a 2021 nos repositórios das 50 Instituições de Ensino Superior que oferecem Programas de Pós-Graduação da área de Comunicação e Informação, distribuídos por todas as regiões do Brasil, segundo avaliação da CAPES - *Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior*⁶. Algumas pesquisas nos dão pistas de formas de investigação do fenômeno. O amparo nos Estudos Culturais e na Teoria das Mediações de Jesús Martín-Barbero mostraram-se adequadas para pensar contextos que envolvem *podcasts* desde a produção até a recepção, como ritualidades, historicidades, tecnicidades, institucionalidades e sensibilidades (OLIVEIRA, 2018; COSTA, 2017). Tais mediações contribuem para pensar a busca por reconhecimento de minorias e a formação de laços em comunidades de ouvintes (OLIVEIRA, 2018). Além disso, observamos que a hermenêutica de Paul Ricoeur é incipiente para pensar *podcasts* e a representação discursiva reconfiguradora de vivências cotidianas, pelas apropriações e significações dos ouvintes

⁵ Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia (Alcar), Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós), Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom) e Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor).

⁶ Dados recolhidos até março de 2022 pela Plataforma Sucupira, dos cursos de pós-graduação em Comunicação reconhecidos na área de avaliação de Comunicação e Informação. À época, eram 57 programas de pós-graduação.

(COSTA, 2017). A referência direta à “experiência estética” na comunicação ocorre somente em um estudo, mas que não se aprofunda neste referencial (ALVES, 2021).

O entrelaçamento entre perspectivas da experiência estética, da hermenêutica e das mediações mostra-se adequado para pensar as apropriações e repercussões no âmbito dos ouvintes de *podcasts*. No contexto brasileiro, consideramos ainda a relevância de problematizar tais eixos teóricos com o conhecimento das existências e resistências de autoras feministas negras, o que condiz com a intenção de avaliar *podcasts* feministas, que alavancam a discussão do feminismo negro na podosfera. São poucas as produções de mulheres, principalmente negras, que alcançam as classificações de mais ouvidos nos serviços de *streaming*. Além disso, estudos sobre *podcast* com perspectivas interseccionais de gênero e raça são menos numerosos, e veem sendo publicados em maior quantidade mais recentemente (APÊNDICE B).

O Capítulo 2 desta dissertação está dedicado a compreender o panorama histórico do *podcasting*, do seu surgimento até a composição da podosfera brasileira, avaliando a presença das mulheres neste espaço (WINTER e VIANA, 2021; SILVA e MALTA, 2022a; 2022b; HACK, 2022). Nesta etapa, são trabalhadas as características marcantes deste tipo de conteúdo, focalizando produções em áudio, as quais trazem heranças dos anos de convivência com o rádio como principal mídia sonora em nosso país. Porém, novas possibilidades surgem, com novos atores que produzem *podcasts*, o que gera a sensação de um espaço de maior diversidade de vozes presentes. Tal perspectiva é problematizada para então introduzirmos os *podcasts* que são objetos da pesquisa, o *AFETOS* e o *Não Inviabilize*, analisados mais densamente no quarto capítulo.

Em seguida, no Capítulo 3, mantemos a estrutura original da pesquisa desde sua proposição ao compô-lo com as perspectivas teóricas e metodológicas que guiaram a investigação. Nele, expomos nossa compreensão da Comunicação como Experiência Estética, que engloba discussões sobre os vínculos e afetos envolvidos em processos comunicacionais, de partilha, em ambientes comuns. Tais discussões se ligam com o pensar a complexidade de vivências que influem nessas partilhas e produções de sentidos, questão trazida através das noções de mediações (OROZCO GÓMEZ, 2005) e de interseccionalidade (COLLINS; BILGE, 2021).

No Capítulo 4, dedicamos espaço para a apresentação da estrutura geral dos *podcasts* estudados e seus episódios em específico, além de levantarmos informações sobre quem são, que experiências constituem, as produtoras Gabi Oliveira e Karina Vieira, criadoras do

AFETOS e Déia Freitas, do *Não Inviabilize*. Considerar a atuação destas mulheres na rede e as mensagens que transmitem reforça a noção de que a comunicação não começa com a produção de uma mensagem e termina na assimilação pelo público, mas que o envolvimento entre produtoras e espectadores/espectadoras é mais complexo. A identificação dos/das ouvintes com tais programas passa, invariavelmente, pela compreensão de quem os produz e como.

Finalmente, o Capítulo 5 apresenta o levantamento e análise das experiências, a partir das mediações de Orozco, dos/ das ouvintes de cada *podcast* a partir da categorização de eixos temáticos discutidos nos grupos do *Telegram* dos programas, de forma a manter o anonimato de seus integrantes. Além da apresentação do perfil do público de cada programa, adentramos nas sensibilidades compartilhadas para compreender como são afetados pelos *podcasts* e em interações com outros ouvintes.

Ao final, espera-se contribuir para a compreensão do fenômeno do *podcasting*, cuja composição polifônica – diversidade de vozes produtoras e espectadoras – e polissêmica – pluralidade de sentidos construídos – demonstram a necessidade latente de estudos sobre as experiências possíveis no processo de produção e escuta de *podcasts*.

Capítulo 2

O FENÔMENO DO *PODCASTING*

O marco do surgimento do *podcasting* é quando pela primeira vez se propõe o termo. Tal histórico é amplamente conhecido, por isso o trataremos de forma breve para chegarmos ao momento que nos interessa: a atual *podosfera* brasileira, a produção de mulheres e a experiência estética de seus e suas ouvintes.

Em 2004, o jornalista Ben Hammersley publica o artigo no jornal britânico *The Guardian*: “Audible Revolution: Online radio is booming thanks to iPods, cheap audio software and weblogs, reports Ben Hammersley”⁷. Discutia-se a evolução do rádio amador considerando experiências de publicação de arquivos de áudio na internet, e o autor do texto provocou possíveis formas de se referir ao fenômeno: “Audioblogging? Podcasting? GuerillaMedia?” (HAMMERSLEY, 2004, s/p) – a conotação de ser produção independente, de “guerrilha”, em uma época da cultura do *blogging*, já se fazia presente. No texto estão presentes entrevistas com produtores homens, como o jornalista da *National Public Radio*, Christopher Lydon e o “weblogger” Grant Henninger. A facilidade de produzir *podcast* era a grande novidade, colocando o formato como uma “forma horizontal de mídia” em que ouvintes podem virar produtores e vice-versa (BERRY, 2006).

São considerados pioneiros o programador Dave Winer, responsável pela estrutura dos *blogs* ao criar o *feed* RSS (*Really Simple Syndication*)⁸ – um canal para distribuir conteúdo na internet em tempo real por meio dos sites e navegadores da *web*, que possibilita o *download* de arquivos ao gosto do usuário; e o *broadcaster* e programador Adam Curry, considerado o pai dos *podcasts* (“podfather”). Curry foi responsável pela primeira transmissão de áudio na rede, com seu programa de rádio com linguagem informal, o *The Daily Source Code* (BERRY, 2006). Ele queria que a busca por arquivos em áudio na

⁷ Tradução própria: Revolução Audível: o rádio online está crescendo graças aos iPods, softwares de áudio baratos e blogs, informa Ben Hammersley.

⁸ Podemos traduzir como “Distribuição Muito Simples”.

internet fosse automática para o usuário, e para isso criou o *software Ipodder* em colaboração com outros programadores: programa que localizava episódios na internet e os baixava diretamente em um dispositivo. O nome se inspira nos *ipods*⁹, famosos dispositivos de reprodução de áudio da *Apple*, cujo papel foi importante para a popularização dos *podcasts* à época.

Os primeiros *podcasts* surgem nos Estados Unidos marcados pelo formato radiofônico, como experimentações pessoais, programas de emissoras já transmitidos e disponibilizados posteriormente na internet, e mesmo por educadores (BERRY, 2006; MARKMAN, 2011). São tais produções estadunidenses que inspiram os primeiros *podcasts* brasileiros (LUIZ, 2014), a exemplo de *podcasts* em série, com capítulos pré-determinados.

A popularização do *podcast* é legada a alguns fatores, como a plataformização. Com a inserção desta mídia em serviços da *Apple* e posteriormente novos agregadores, a distribuição e escuta de *podcasts* foram facilitadas. Outro fator é o impacto do *podcast* estadunidense *Serial*, de jornalismo investigativo. Criado em 2014, o *podcast* que trata sobre crimes reais obteve tamanha repercussão que houve a revisão de sentença de condenação de prisão de um de seus personagens graças às descobertas compartilhadas nos episódios e a mobilização da audiência.¹⁰ O programa influenciou produções de contação de histórias, de *storytelling* como são conhecidas, como o *podcast* de jornalismo narrativo *Projetos Humanos – Caso Evandro*, sucesso no Brasil (VIANA e CHAGAS, 2021). Outras formas de produzir conteúdo de contação de histórias também adquirem destaque, como é o caso do *podcast Não Inviabilize* com teor de entretenimento, criado por Déia Freitas como um programa específico de contação de histórias do cotidiano de pessoas reais.

Apesar do avançar dos anos do fenômeno, ainda hoje se discute a etimologia do termo *podcasting*, que ora é associada à junção dos termos “*ipod*” e “*broadcasting*” (que significa transmissão em larga escala), ou então da expressão *personal* ou *public on demand* (sigla “*pod*”), por ser produzido sob demanda e não necessariamente estar associado à escuta em dispositivo específico nos dias de hoje (KISCHINHEVSKY, LOPEZ, BENZECRY, 2020).

Da mesma maneira, não existe consenso na definição do que é *podcast*. No início, enfatizava-se aspectos tecnológicos de produção e distribuição (LEMOS, 2005). Depois, foi considerado nova mídia com características únicas e caracterizada pela desintermediação, ou

⁹ Deixam de ser produzidos em 2022.

¹⁰ “Após podcast ‘Serial’, americano tem prisão perpétua anulada”, por Gabriela Caputo, 20 set. 2022.

Disponível em: <https://veja.abril.com.br/cultura/apos-podcast-serial-americano-tem-prisao-perpetua-anulada/>. Acesso em: 28 set. 2022.

seja, sem a mesma dependência das emissoras de rádio (BERRY, 2016; 2019). Alguns o definiram como conteúdo em áudio na internet, distribuído via *feed* aos usuários, ouvido em dispositivos de reprodução sonora (DEARMAN e GALLOWAY, 2005; GALLEGO, 2005). E mesmo, “programas de áudio ou vídeo, cuja principal característica é um formato de distribuição direto e atemporal” (LUIZ, 2014, p.9).

Outros autores aproximam o *podcast* ao rádio. Como remediação, um novo meio que empresta características do anterior e reorganiza práticas radiofônicas (PRIMO, 2005); uma prática cultural, ao mesmo tempo que forma de radiodifusão comercial e massiva (BONINI, 2020); ou como modelo radiofônico assíncrono, especializado e sob demanda (DEARMAN e GALLOWAY, 2005; HERSCHMANN e KISCHINHEVSKY, 2008; KISCHINHEVSKY, LOPEZ e BENZECRY, 2020; PRATA, 2021; MEDEIROS, MENDONÇA e PRATA, 2022), que se encaixa dentro da noção de “rádio expandido”, das adaptações do rádio à internet, proposto por Marcelo Kischinhevsky. No mesmo caminho, surge a ideia de um “ouvinte expandido”, com novas possibilidades de comunicação entre as/os ouvintes e as/os apresentadores, criação de comunidades e sentimento de integração no processo de produção de programas de rádio e/ou *podcast* (FERRAZ, 2019).

Podemos dizer, apesar das diferentes concepções, que o *podcast* é singular ao mesmo tempo em que soa como rádio (BERRY, 2016) e desde o início está associado a “combina[r] a intimidade da voz, a interatividade do *blogging* e a conveniência e portabilidade” (HAMMERSLEY, 2004, s/p, tradução própria). Tal interatividade, ou pensar a experiência das e dos ouvintes com *podcasts* em geral, é questão pensada desde as primeiras investigações sobre o tema, seja a partir dos comentários em *blogs* que originavam os programas (PRIMO, 2005), ou mesmo com pesquisas de opinião e entrevistas para entender como e por que a audiência acessa programas, identificando fatores humanos envolvidos neste processo de criação de vínculos com *podcasts*.¹¹

Adicionamos a essas abordagens o interesse em verificar novas formas de experienciar o *podcast* pela interação e relacionamento entre ouvintes e *podcasters*, por meio de aplicativos de mensagens síncronas, como o *Telegram*. É neste sentido que verificamos a existência de grupos criados para reunir espectadores e espectadoras do *AFETOS* e *Não*

¹¹ Pesquisas orientadas pelo Dr. José Eugênio Menezes seguem esta linha, como a dissertação de Souza (2019) sobre o *podcast* Mamilos e a criação de vínculos, e recente artigo “Era uma vez um podcast: Os vínculos sonoros em “Histórias de Ninar para Garotas Rebeldes” publicado juntamente com Stehane Cid Pertinhez na Revista Rádio-Leituras, v. 10, n. 2, p. 109-124, jul./dez. 2019.

Inviabilize. Tais ouvintes passam a ser membros, e nestes *chats* as discussões vão para além dos temas dos episódios, com outras possibilidades de diálogo.

1.2 Rádio: marcas da mídia sonora na experiência do público

Concordamos com Benjamin (1993) ao considerar que novas percepções estéticas, no plano sensorial, são possíveis frente a relações estabelecidas social e historicamente junto às inovações técnicas. Por isso, sem a pretensão de verificar se as produtoras do *AFETOS* e *Não Inviabilize* consideram seus conteúdos como radiofônico ou não, é interessante pontuar a experiência histórica dos brasileiros no âmbito das mídias sonoras, por anos marcada pelo rádio considerando as associações citadas entre rádio e *podcasting*, e sua inclusão dentre as formas de mídia sonora pesquisadas na área de Comunicação¹². Tentaremos, em especial, trazer a relação da mulher (ou a falta dela) neste espaço midiático.

O rádio, como tecnologia, é trazido ao Brasil entre as décadas de 1910 e 1920 também por influência norte-americana. Em tal período, o meio já apresentava forte segregação de gênero e classe dentre produtores e consumidores. As primeiras transmissões, associadas às emissoras do Rio de Janeiro, tinham caráter educativo e como companhia. Porém, direcionadas à elite intelectual e urbana, dos clubes e sociedades¹³, em razão da programação cultural e científica específica e pelo custo de acesso ao aparelho. Era preciso ter uma licença de escuta e pagar mensalidades para as entidades responsáveis pelas emissões, além de que a composição da programação com cultura popular era malvista. Por isso, produtores e audiência tinham um perfil homogêneo (FERRARETTO, 2012).

Uma dimensão coletiva do veículo de comunicação tem início na década de 1930, com a adesão de anunciantes, inserção de músicas e maior alcance nacional, chegando à população analfabeta (FERRARETTO, 2007). Novas emissoras surgem com foco em entretenimento, programações populares e dinamismo dos apresentadores. O rádio passa a fazer parte da rotina quando, por exemplo, famílias compartilham a escuta com vizinhos e comércios usam-no para atrair clientes (CALABRE, 2004). Foi somente entre 1940 e 1950 que o rádio se tornou massivo, com programas esportivos, de auditório e radionovelas. (FERRARETTO, 2007). Cria-se um perfil de audiência marcado, com destaque às classes

¹² O Grupo de Pesquisa Rádio e Mídia Sonora, por exemplo, teve mais de 30% de seus trabalhos voltados ao tema dos *podcasts* no Intercom Nacional (2022).

¹³ As primeiras emissoras são provenientes desses espaços, como a Rádio Clube de Pernambuco (1919) e Rádio Sociedade do Rio de Janeiro (1923).

populares e principalmente mulheres donas de casa, responsáveis por inserir o rádio no contexto familiar (WINTER e VIANA, 2021).

Como retomam Winter e Viana (2021), era fraca a figura feminina na locução e cargos de emissoras, mas era forte sua participação como ouvinte. Propagandas e programas se moldam para atingir o público feminino, dirigindo-se a essa parcela da audiência diretamente como “prezada ouvinte”, por exemplo. Após a vinda da televisão e as novelas com imagens, o rádio perde popularidade na dramaturgia. Neste cenário, “o meio vê surgir um novo protagonista: o comunicador também a simular uma relação próxima, em uma conversa constante – e imaginária – com o ouvinte, um bate-papo mais exclusivo” (FERRARETTO, 2012, p. 14).

Tais estratégias, somadas ao caráter do som de “tocar” o corpo por suas vibrações, convidar ao envolvimento pela imaginação de quem escuta, e mesmo pelo sentido social de percepção e vínculo de que o som é capaz, colocaram o rádio como participante e, como defende Menezes (2007), organizador da vida na sociedade urbana. Pesquisa de mercado do *Spotify*, com público da geração z – nascidos entre 1990 e 2012 – e millenials ,ou geração y, – nascidos de 1981 a 1995 – verifica que estes consideram as mídias sonoras como humanizadoras: “Dos brasileiros pesquisados, 72% disseram que a voz nos torna mais sentimentais em relação aos nossos dispositivos e 71% afirmaram que o som está à frente da tecnologia de humanização” (OSTROFF; CHIEF CONTENT & ADVERTISING BUSINESS OFFICER; SPOTIFY, 2020, p. 22). A participação do rádio no cotidiano e seu caráter de companhia são inegáveis. Apesar disso, não podemos esquecer a parca participação de mulheres em cada fase da evolução do rádio, como sintetizam Winter e Viana (2021):

Tabela 1: Presença da mulher em diferentes contextos do Rádio

Fase do Rádio segundo Ferraretto (2012)	Paralelo com acontecimento social relacionado às mulheres
Fase de implantação (1910 - 1930)	A Rádio Sociedade do Rio de Janeiro apresenta a primeira radialista do Brasil: Maria Beatriz Roquette-Pinto; Nesse período as mulheres também conquistam o direito ao voto, garantido pelo Código Eleitoral de 1932; A partir da década de 1930 as mulheres criam um vínculo maior com o rádio, cantando nas emissoras.
Fase de difusão (1930 - 1960)	O rádio começa a se dedicar mais às radionovelas e as cantoras migram para atuarem; Além disso, as mulheres seguem como principais consumidoras de rádio, agora ainda mais com as radionovelas, voltadas especificamente para elas.
Fase de segmentação (1950 - 2000)	Nesse período, aconteciam momentos decisivos para a constituição da cidadania da mulher brasileira e aparecem programas que discutem as questões da condição feminina nas relações sociais, como o programa “Viva Maria”.
Fase de convergência (1990 - atualmente)	É o momento em que os estudos feministas e a luta das mulheres ganham força, inclusive pelas possibilidades trazidas pela internet; Nesse período, as mulheres aparecem de forma mais atuante no rádio; Destaque para Isabelly Moraes, primeira mulher a narrar um jogo de futebol no rádio brasileiro, em 2017; É nessa fase também que surgem os podcasts e a democratização da produção e do consumo aumenta, oferecendo ainda mais possibilidades às mulheres.

Fonte 1: Winter e Viana, 2021, p.55.

A atual fase de evolução do rádio extrapola o próprio meio, a qual as autoras chamam “de convergência” com referência em Ferraretto (2012), e que começa com a telefonia e a internet no Brasil. Segundo o autor:

Nesta fase de convergência, defende-se que o rádio mantém duas características desenvolvidas anteriormente: (1) a possibilidade de recepção da informação enquanto o indivíduo realiza outra atividade; e (2) a capacidade do meio atuar como uma espécie de companheiro virtual, com cada integrante do público recebendo a mensagem como se fosse o único destinatário desta. (FERRARETTO, 2012, p. 19).

É quando se inicia uma transição para uma comunicação “ponto-ponto, próprio dos conteúdos distribuídos no sistema de podcasting” (FERRARETTO, 2012, p. 5) ao invés da emissão para uma massa de pessoas. “[A]s primeiras rádios a transpor seus programas em podcasts eram emissoras públicas, que previram o potencial desta ferramenta para melhor servir seus ouvintes e legitimar taxas de licença [...], num período histórico de lento, porém constante, declínio da audiência em FM” (BONINI, 2020, p. 20-21). Foi o caso da rádio BBC, do Reino Unido, que desde 2004 experimenta o formato do *podcast*, rádio pioneira no formato (BONINI, 2020). Diversas rádios nos Estados Unidos passaram a transmitir sua programação também em *podcast*, surgiu experiência na Espanha e até mesmo a Rádio Vaticano passou a investir neste tipo de programa (GALLEGO, 2005).

Mesmo observando a história do rádio, existe um apagamento da presença de mulheres na mídia sonora, por questões de desigualdade e sub-representação tanto da figura

feminina no meio como de pesquisas e documentos que mostrem sua presença (LOPEZ; KISCHINHEVSKY; BENZECRY, 2022).

O *podcast* foi rapidamente apropriado pela mídia sonora tradicional, mas ainda assim carrega consigo aspectos de produção personalizada, independente. Se somente em 2017 tivemos a primeira mulher a narrar um jogo de futebol no Brasil, é possível compreender nesse contexto o *podcast* como mídia “que democratiza a produção e recepção do radiojornalismo” (WINTER e VIANA, 2021, p. 54) com a entrada de mais produtoras nesse meio. E não só atuando em radiojornalismo, como produzindo os mais diversos conteúdos, que envolvem temáticas e formatos variados, seja em áudio ou vídeo, de temas sobre histórias de terror até reflexões de psicologia para o dia a dia, sobre casos de crimes reais a meditação, de maquiagem a reflexões sem roteiro sobre assuntos diversos, entre outros.

1.3 Características gerais do *podcast*

Desde as primeiras pesquisas sobre o tema, algumas características dos *podcasts* são apontadas. Podemos pontuar menções (a) ao compartilhamento de experiências e vivências pessoais por *podcasters*, (b) à personalização da escuta, (c) à dialogia entre ouvintes e produtores e (d) ao ambiente de intimidade com os ouvintes.

(a) Compartilhamento de experiências e vivências pessoais por *podcasters* – Lemos (2005, p.2) afirmava que “característica importante em questão [do podcasting] é o princípio de conexão, o compartilhamento de experiências, arquivos, softwares em redes”. Quando expressam vivências pessoais nos *podcasts*, produtores/as atuam dentro de suas perspectivas sociais, políticas, de classe e gênero.

A sensação do público é de que “o produtor é ‘um deles’, um membro de sua comunidade, seja ela definida por razão geográfica, étnica, cultural ou social do grupo”¹⁴ (BERRY, 2006, p. 148, tradução própria). É criado um sentido de pertencimento e reconhecimento frente aos *podcasters* e seus *podcasts*. “Ao ouvir experiências pessoais detalhadas dos ‘outros’, o ouvinte se conecta com as pessoas com quem compartilha as histórias” (LINDGREN, 2020, p. 118).

Mais que isso, a partilha de vivências dos *podcasters* aparece como uma preferência para o público brasileiro. Como detalharemos adiante, Viana e Chagas (2021) observam que

¹⁴ Original: “[...] producer is ‘one of them’, a member of their community, whether defined by geography, ethnicity, culture or social group”.

os ouvintes têm predileção por programas dialogados e compostos pelas experiências dos *podcasters*, sendo o mais ouvido o formato de “Relato”, que são programas que trazem crônicas e reflexões dos produtores.

(b) Personalização da escuta – No pensar a recepção, autores defendem que “a experiência de escuta altamente personalizada é a chave da atratividade dos *podcasters*” (DEARMAN e GALLOWAY, 2005, s/p, tradução própria) e “a emissão personalizada permite escolhas de acordo com o gosto pessoal, além de um controle do espaço e do tempo da audição” (LEMOS, 2005, p.2). Ou seja, este aspecto está mais relacionado com a escolha dos espectadores e espectadoras e envolve a dimensão sensível da experiência auditiva.

O ouvinte de podcast tem uma jornada diferente, que começa com a tomada de uma série de decisões sobre o que quer ouvir, frequentemente antes que aquela peça de áudio tenha sido produzida, e certamente antes de ter começado a ouvi-la. Isso coloca o podcasting como uma mídia ‘pull’ [puxar], onde o ouvinte é mais ativo no processo de seleção e agendamento (Murray 2009; McClung and Johnson 2010), e onde também deve haver um investimento emocional no processo (BERRY, 2016, s/p, tradução própria).¹⁵

Essa autonomia do ouvinte continua sendo grande diferencial dos *podcasts*, na escolha que os ouvintes fazem dos conteúdos, em qual territorialidade e espacialidade os ouvir – atendendo a interesses e necessidades específicos (BERRY, 2006; DEARMAN e GALLOWAY, 2005). Considera-se, ainda, que os ouvintes de *podcasts* dedicam atenção mais ativa à escuta – conceito de “escuta atenta” (*close attention*) sugerido por Berry (2016) – ou seja, prestam muita atenção ao conteúdo e investem tempo, tanto na etapa da escolha como durante o consumo (BERRY, 2006, 2016; JONES et al., 2021).

(c) Dialogia entre ouvintes e produtores – Outro ponto central são as “interações dialógicas” possíveis com os *podcasts* e seus produtores (PRIMO, 2005, p. 3). Mais do que uma posterior discussão dos conteúdos ouvidos na convivência do dia a dia (KICHINHEVSKY, 2012), os *podcasts* desde cedo se vinculam à possibilidade de troca de mensagens entre produtores e seus ouvintes. Sobre as formas de interação:

[o podcasting oferece] um processo dialógico entre os interagentes, onde através da negociação de sentidos cada participante tem impacto no comportamento do outro. Além de precisar levar o outro em consideração para aperfeiçoar sua argumentação no debate, cada interagente acaba por rever (aperfeiçoando, transformando, alterando, fortalecendo) suas próprias

¹⁵ Original: “The podcast listener has a different journey, one that starts with making a series of choices over what they want to hear, often before that piece of audio has been produced and certainly before they begin to hear it. This places podcasting as a ‘pull’ medium, one where the listener is more active in the process of selection and scheduling (Murray 2009; McClung and Johnson 2010), where there may also be an emotional investment in the process”.

posições. Essas interações tem um impacto recursivo não apenas sobre os participantes do processo, mas também sobre o próprio relacionamento em construção. Esse relacionamento vai sendo “inventado” durante a interação (PRIMO, 2005, p. 19).

Tais “interações”, que antes figuravam nos *blogs* e *e-mails*, potencializam-se com as novas mídias sociais, que possibilitam trocas de mensagens mais dinâmicas, em tempo real – principalmente em aplicativos como *Whatsapp* e *Telegram* – facilitando a criação de ambientes de “relacionamento” em rede, diálogos mais parecidos com a experiência face a face. Neles, *podcasters* e ouvintes, e mesmo ouvintes entre si, compartilham experiências, sugestões, críticas. O próprio engajamento entre os *podcasters* ocorre desde cedo, quando trocam experiências e sugerem outros *podcasts*, criando assim um senso de comunidade entre produtores (BERRY, 2006). Ou seja, a experiência comunicacional dos podcasts tem natureza relacional e interacional, e envolve afetos e a partilha de sensibilidades.

O relatório de 2020 do *Spotify* observa que “79% dos usuários brasileiros de podcasts disseram que o meio permite que as pessoas se conectem umas com as outras” (OSTROFF; CHIEF CONTENT & ADVERTISING BUSINESS OFFICER; SPOTIFY, 2020, p.13). A extensão da experiência nas interações nas mídias sociais, e a construção de relacionamentos tanto especulares como em contato direto com *podcasters* e outros ouvintes, potencializam o engajamento do público e o faz sentir pertencente a um grupo de interesses (BERRY, 2016).

(d) Ambiente de intimidade com os ouvintes – Berry (2016, s/p, tradução própria) afirma que “poderíamos considerar que os podcasts geram uma sensação de hiperintimidade, onde os ouvintes se sentem profundamente envolvidos tanto com o processo de ouvir quanto com o material que ouvem”¹⁶, que fala com o interior do ouvinte. Além da intenção colocada na escolha de *podcasts*, a partir do protagonismo do ouvinte, a escuta com fones de ouvido nos é colocada como a criação de um espaço privado e íntimo (BERRY, 2016). As palavras seriam “sussurradas intimamente em nossos ouvidos” (LINDGREN, 2020, p. 114). Ainda segundo relatório do *Spotify* (2020, p. 22):

A voz familiar cria uma conexão imediata e pessoal entre o locutor e o usuário, como a relação entre os apresentadores e os seguidores de podcast: 71% dos fãs brasileiros de podcast disseram que é fácil sentir-se emocionalmente conectado a um apresentador e que ouvi-lo é como estar com um amigo. Além disso, quando questionados sobre o que eles mais gostam no formato, a resposta principal foi que eles são confiáveis.

¹⁶ Original: “we could consider that podcasts engender a sense of hyper-intimacy, where listeners feel deeply engaged with both the process of listening and the material to which they listen”.

É possível pensar, cada vez mais, em uma verdadeira construção de vínculos entre produtores-ouvintes e ouvintes-ouvintes, e são vários os autores e autoras que trabalham a ideia da intimidade criada pelos *podcasts*. Tigre (2021) nos mostra que os contextos de escuta preferidos dos ouvintes estão ligados a momentos de distração e relaxamento (49%) e de intimidade na vida privada, como quando ao acordar (20%) e durante exercícios físicos (12%). Vrikki e Malik (2019, p. 275, tradução própria), avaliando o contexto britânico, concordam que “[p]odcasts dão a sensação de ouvir diretamente a outra pessoa, aparentemente sem mediadores, sem restrições regulatórias, e sem controle editorial de cima para baixo”.¹⁷ Berry (2016, s/p), por sua vez, diz:

Enquanto que ao colocar um par de fones de ouvido e ouvir um podcast o ouvinte pode se desconectar de seu entorno imediato, ele está se conectando a um público diferente, o dos ouvintes de podcast assíncronos, conectados por interesses compartilhados e pelas mídias sociais.¹⁸

O sentimento de pertença e participação são tão associados aos *podcasts* que é comum ver circular na internet associações como do seguinte *meme* (Figura 1), compartilhado pelo perfil do *AFETOS* no *Twitter*.

Figura 1: Meme que ilustra a sensação de intimidade dos ouvintes de podcasts

como eu me sinto ouvindo podcast



Fonte 2: Compartilhado pelo *podcast AFETOS* pelo [Twitter](#) (20/01/2020).

Se considerarmos ainda o mapeamento sugerido por Berry (2019), além da intimidade teremos outras características do *podcasting*: I) inovação, II) informalidade, III) independência e IV) (des)intermediação. Com a intimidade, segue-se a II) informalidade

¹⁷ Original: “Podcasts give a sense of directly listening to other people, with seemingly no mediators, no regulatory constraints, and no top-down editorial control”.

¹⁸ Original: “As while plugging in a pair of earpieces and listening to a podcast might disconnect the listener from their immediate surroundings, they are connecting to a different public, one of asynchronous podcast listeners connected via a shared interest and social media”.

(BERRY, 2019) possível na produção dos *podcasts*, em suas estratégias narrativas e no contato com o público. O *podcasting* seria propício para diferentes abordagens, assuntos diversos, lugar privilegiado para a I) inovação. Por historicamente quebrar o vínculo com grandes emissoras, a produção de *podcasts* é considerada “indie”, III) independente (BERRY, 2019). O que leva a pensar na IV) desintermediação do *podcast*, como já abordado, por não depender da grande mídia, na ideia de que qualquer um pode fazer *podcasts*.

O *podcast* é considerado uma mídia de nicho¹⁹ (BERRY, 2019), ou micromídia como prefere Primo (2005), por se dirigir a pequenas audiências: “em vez de uma distribuição simultânea para milhares ou milhões de pessoas sintonizadas ao mesmo tempo, os *podcasts* atingem públicos pequenos, mas que são interconectados entre si” (PRIMO, 2005, p. 10). Indo além, a mobilidade com *smartphones* e outros aparelhos permitiu a experiência dos *podcasts* durante a rotina diária e, principalmente, durante os deslocamentos físicos (JONES et al., 2021). O modo mais simples e menos custoso de produzir conteúdo faz do *podcast* lugar para narrativas que de outro modo exigem maior investimento, como “matérias leves/inusitadas, documentários, contação de histórias em geral” (BONINI, 2020, p. 26). Outros aspectos dos *podcasts* são o caráter assíncrono, estando disponíveis para *download* e no *streaming*, e sua regularidade variável de publicação. Comparado ao rádio, sobretudo *podcasts* independentes sofrem mudanças ou grandes pausas entre episódios, comumente comunicadas aos ouvintes em mídias sociais.

1.4 A podosfera brasileira

Não demorou para que surgissem *podcasts* no Brasil. Ainda em 2004, com estreia em 21 de outubro²⁰ – quando hoje se celebra o dia nacional do *podcast* – Danilo Medeiros cria o *Digital Minds*, considerado o primeiro do país (FERNANDES, 2018), inspirado em programas dos Estados Unidos. Uma tendência da época parece ter sido a relação dos produtores com *blogs* – como é o caso do *Digital Minds*, cujo *blog* tinha o mesmo nome. Outros programas considerados pioneiros foram o *Podcast do Gui Leite*, o *Perhappines* e o *Código Livre* (LUIZ, 2014). Entretanto, existe uma herança pouco conhecida sobre a inserção de mulheres na podosfera, lacuna preenchida em livro organizado por Aline Hack –

¹⁹ O conceito está associado à sofisticada segmentação de conteúdos segundo parcelas da audiência de uma grande mídia.

²⁰ Quando foi registrado em *feed* RSS.

podcaster do programa *Olhares*, com foco em temas de lutas do feminismo – com textos de diversas *podcasters*, mulheres negras e não-negras, e uma pesquisadora bixa (HACK, 2022). Em 2005, por exemplo, foram criados os *podcasts pod sem fio*, de Bia Kunze, e o *Monacast*, produzido por Raquel Gompy, Chelly Ramos e Vi Marassi. Outros programas também contavam com a participação de mulheres na produção, como *Irmãos.com*, de 2006, apresentado por Adriana e Paulinho Degaspari, e *Papo de Gordo* de 2008, em que participava Maira Moraes.

Tal comunidade criou bases para o incentivo ao surgimento de novos programas “como Daniela Monteiro do *Danycast*; Isabela Cabral, do *Podcumê* [...]; Angelica Hellish, criadora do *Masmorracast*, no site Masmorra Cine; e Morena Moraes, do *Cavernacast*, podcast do blog Caverna e ponto, do qual também fiz parte e iniciei minha vida [Ira Croft] como podcaster” (HACK, 2022, s/p). Em 2010, Thaís Leite produz o *Na Calçada*, e no mesmo ano *Ilha Themyscira* é feito por cinco mulheres liderado por Barbara Góes. O *podcast* estava “se estabelecendo como mídia, produto e comunidade” (HACK, 2022, s/p).

No Brasil, os primeiros *podcasts* apresentavam tom de “diários pessoais em áudio” e se assemelhavam “a programas ao vivo de rádio com pouca ou nenhuma edição” (VIANA e CHAGAS, 2021, p. 4). Não só havia *podcasts* independentes, como outros atores são acionados nos primeiros anos de produção desses programas:

[O]s primeiros anos do podcasting no Brasil se caracterizam ou por serem produções amadoras de pessoas que investiam em interesses próprios como diversão para seus programas - professores, interessados em tecnologia - ou por serem considerados repositórios de emissoras radiofônicas, que disponibilizavam parte da programação sem que houvesse nenhuma adaptação ou complemento do material que foi primeiramente veiculado no dial (VIANA e CHAGAS, 2021, p. 4).

Com o passar dos anos, houve diversificação dos programas e a busca pelo reconhecimento e profissionalização dos e das *podcasters*, principalmente por meio de eventos sobre tecnologia. Em 2014, Ira Croft, *podcaster* nos programas *Mundo Freak* e *Ah, Poisoquê*, criou a *hashtag*²¹ #mulherespodcasters para ajudar na visibilidade de *podcasts* feitos por mulheres ao perceber o desconhecimento de iniciativas publicitárias sobre a existência destas produções – o recurso foi utilizado principalmente no *Twitter*. Poucos anos depois, em 2017 surge o OPED – *OPodcastéDelas*²², campanha anual que incentiva tanto a

²¹ O uso da cerquilha (#) em diversas mídias sociais é uma das formas de filtros que facilitam a busca por conteúdos sob temáticas específicas. O recurso vem sendo muito utilizado em mobilizações políticas e campanhas para visibilidade de pautas diversas.

²² <https://opodcastedelas.com.br/cadastro-de-podcasters-oped/>.

produção de *podcasts* por mulheres como a maior participação de mulheres em programas já existentes, em entrevistas, especialmente no mês de março marcado pelo Dia das Mulheres. O uso das *hashtags* tornou-se comum na intenção de divulgar produção femininas e feministas, considerando a interseccionalidade de raça, gênero, sexualidade e regionalidade. Alguns exemplos são “#podosferanegra, #mulherespodcasters, #podcastsnordestinos e #lgbtpodcasters”, como elenca Aldenora Cavalcante (HACK, 2022, s/p), pesquisadora do feminismo negro na podosfera e *podcaster*, que também trabalha em produtora voltada a *podcasts* nordestinos, o *Malamandras*.²³

Em meio a tais esforços, o perfil de produtores de *podcast* no Brasil, segundo a ABPOD – Associação Brasileira de Podcasters (2021), corrobora com a percepção das autoras de uma podosfera excludente (HACK, 2022): a maioria dos produtores são homens (75,5%), enquanto somente 23,3% dos respondentes eram mulheres – duas únicas categorias de gênero que aparecem no levantamento. Somente 0,1% se disseram não-binários (HACK, 2022). Quanto à orientação sexual, 81,3% se declaram heterossexuais, sendo ínfimo o número de produtores e produtoras bissexuais (8,8%) e homossexuais (6,1%), e ainda menores as porcentagens de outras orientações. Mais da metade dos respondentes (58,8%) se autodeclararam brancos, enquanto que pardos e pretos compuseram 22,7% e 12,9% das respostas, respectivamente, 2,4% amarelos e 3,2% outros (ABPOD, 2021). A maioria dos respondentes da Podpesquisa sobre produtores de *podcasts* está localizada na região sudeste (54,21%), sendo desproporcional a porcentagem de respondentes das demais regiões.

Se pouco se sabia das produções femininas na podosfera nos usuais referenciais sobre sua composição no Brasil, podemos perceber com os dados que ainda menos conhecidas seriam as produções de minorias como mulheres negras. Apesar da pouca presença de produções feministas negras em *rankings* dos *podcasts* mais ouvidos no *Spotify*, em sua dissertação Cavalcante (2021) localizou 95 *podcasts* produzidos por mulheres negras brasileiras. O que certamente demandou pesquisa por programas com menor visibilidade na podosfera.

Observando os ouvintes brasileiros, dados de 2019 da ABPOD (2020) apresentavam pouca expressividade do público feminino (27%) e o alto número de homens na audiência (72%). Um ano depois, porém, o IBOPE – Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística realizou a *Pesquisa Globo Podcast*, em outubro de 2020, e concluiu que a quantidade de ouvintes mulheres no Brasil chegava a 49% (GLOBO, 2021). Apesar destas

²³ <https://www.malamanhadas.com/>.

descobertas, ainda parece que mulheres estão conquistando esses espaços aos poucos. Um exemplo é que somente em 2019 a ABPOD é presidida por uma mulher, Kell Bonassoli, uma das produtoras do *Sexo e Tintas podcast*, de áudio dramas eróticos, feito junto com Erika Pessanha. Em seu perfil no *Twitter*, Kell identifica-se como *podcaster* autista e compartilha as *hashtags* #tdahpodcasters e #podcasterautista, outra forma de dar visibilidade a minorias.

Mesmo com uma variedade de programas, nem sempre os registros de produções de mulheres estão presentes ao pesquisarmos a história da podosfera brasileira, sendo que na maioria das vezes as produções de homens é que são destaque (LUIZ, 2014; TIGRE, 2021). Um momento marcante da podosfera brasileira foi o período conhecido como “podfade”, entre 2005 e 2006, quando da descontinuidade de diversos programas (LUIZ e ASSIS, 2009; TIGRE, 2021). Apesar disso, programas criados neste período vêm mantendo alto interesse do público, a exemplo do *NerdCast* proveniente do *blog Jovem Nerd* – com alta popularidade e audiência até os dias de hoje. Mais uma vez, a ênfase é dada a uma produção masculina.

Os primeiros *podcasts* brasileiros apresentavam tom de “diários pessoais em áudio” e se assemelhavam “a programas ao vivo de rádio com pouca ou nenhuma edição” (VIANA e CHAGAS, 2021, p. 4). Resultados da Pesquisa Podprodutor (ABPOD, 2021) podem reforçar uma continuidade desta prática, visto que 65,7% dos e das produtoras fazem *podcast* por *hobby*, o que implica menor comprometimento com o caráter mercadológico do produto. Alguns autores sugerem formas de periodização da história dos *podcasts*. Baseado na experiência dos Estados Unidos, Bonini (2020) sugere dois momentos: 1) o surgimento do termo, experimentações de Curry e Winer e produções amadoras estimuladas pelo lazer; 2) e uma segunda fase a partir de 2012, contemplando o surgimento de *Serial*, caracterizada pela profissionalização e transformação do *podcast* em prática comercial e surgimento de um novo mercado para produções independentes, com uso de financiamento coletivo. No Brasil, por sua vez, Silva e Santos (2020) fazem um comparativo com o fenômeno nos Estados Unidos e sugerem uma periodização dos *podcasts* segundo o ano de lançamento dos programas. Assim, 1) a primeira geração está associada aos *podcasts* lançados até 2011; 2) a segunda geração se inicia a partir de 2012; e 3) a terceira geração começa em 2019, o “ano de ouro do podcast” (SILVA e SANTOS, 2020).

A primeira e a segunda fase do *podcasting* no Brasil (SILVA e SANTOS, 2020) abarcam novas produções e popularização de programas já existentes; novas tecnologias de

acesso aos episódios em áudio; crescente participação de produtores em eventos sobre cultura digital como as *Campus Party*, famosa convenção *geek*²⁴ com presença de grandes nomes da podosfera. Na edição de 2019 do evento, as autoras Alice Hack e Isabel (HACK, 2022) palestraram sob o tema “podcast pode mudar o mundo”.

Conforme os anos, os *podcasts* migram para outros meios. Em 2017, por exemplo, o ficcional *Lore* estreia no *Amazon Prime Video* e em 2018 o *Spotify* passa a agregar *podcasts*, para além de músicas. A partir dali vemos aumento do investimento no formato por diferentes empresas de tecnologia, a busca por exclusividade de programas e compra de redes de *podcasts*. Veículos de comunicação iniciam seus próprios *podcasts*, é caso d’*O Estado de S.Paulo*, da *CBN*, d’*O Globo* e da *Folha de S.Paulo*, que atualmente possuem diversos *podcasts* com diferentes abordagens (TIGRE, 2021).

O cenário atual é composto pelo aumento expressivo de produções de *podcasts* e de ouvintes, tendência desde 2018²⁵, sendo que 70,3% dos produtores e produtoras no Brasil deram início aos seus programas a partir daquele ano (ABPOD, 2021). É neste período de expansão da podosfera que são criados o *podcast AFETOS*, em 2019, e o *Não Inviabilize*, em 2020. Ambos os programas produzidos por mulheres, mas com estrutura narrativa e propostas diferentes. Apesar disso, tais programas se encontram no quadro “AFETOS TE AJUDA – PART. NÃO INVIABILIZE”. Para além da confluência dos programas na parceria entre as produtoras, ambos possuem grupos específicos no *Telegram* para diálogo com seus e suas ouvintes, o que nos faz pensar as novas formas de experiência do público, considerando as possibilidades abertas pelas relações estéticas e políticas em ambientes de partilha.

1.5 Categorização e preferências nacionais

Em pesquisa realizada com ouvintes de *podcasts* em janeiro de 2021, Tigre (2021, s/p) revela que dentre os motivos de escuta estão a busca por aprendizado, por informações e novidades, para lazer, para ouvir análises de especialistas e de seus *podcasters* preferidos. A partir de entrevista a mil ouvintes, observa que os temas preferidos são, respectivamente,

²⁴ Usado para se referir às pessoas e grupos característicos por serem entusiastas de internet, tecnologia, jogos eletrônicos e tabuleiro, filmes de ficção científica, HQs e animes, semelhante à ideia de *nerd*.

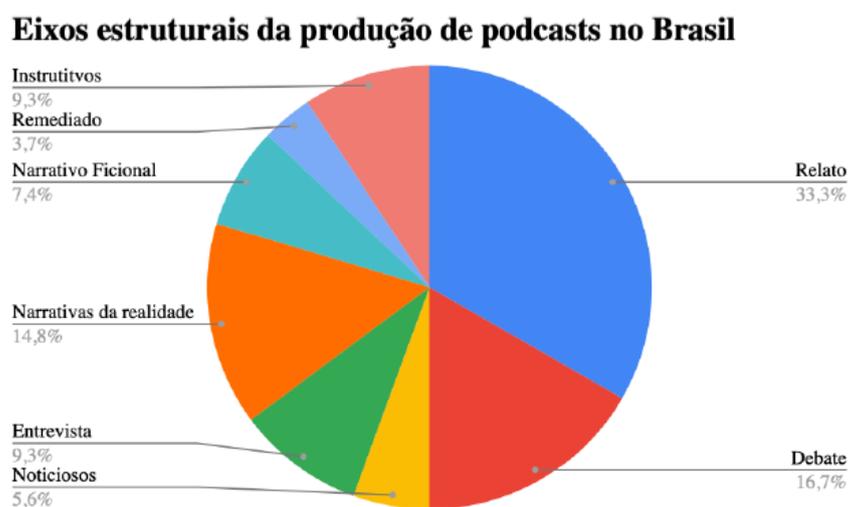
²⁵ Disponível em: <https://jornalempresasenegocios.com.br/especial/consumo-de-podcasts-cresce-a-cada-ano-no-brasil/>. Acesso em: 19 set. 2022.

podcasts de notícias, humor e comédia, documentários, séries, saúde e bem-estar, educação, tecnologia, economia e política e finanças.

Luana Viana e Luã José Vaz Chagas (2021), por sua vez, observam a composição dos *podcasts* mais ouvidos no Brasil nas plataformas do *Apple Podcasts*, *Spotify* e *Google Podcasts*, e sugerem uma categorização sobre as estruturas: Relato; Debate; Narrativas da realidade; Entrevista; Instrutivo; Narrativas Ficcionalis; Noticiosos; e Remediados.

De forma sintética, o “Relato” traz crônicas com reflexões pessoais, direcionadas ao ouvinte; o “Debate” são os diálogos e interações entre apresentadores e convidados; na “Entrevista” o/a apresentador/a tem papel de mediador e faz perguntas ao(s) convidado(s) para entender determinado tema; as “Narrativas da realidade” abarcam histórias reais, apuradas e contadas por meio de personagens e ilustrações; já as “Narrativas ficcionais” contam histórias fictícias, com enredo; o “Instrutivo” são formatos educativos, semelhante a aulas; os “Noticiosos”, marcadamente jornalísticos e normalmente atrelados a grandes portais como *GI*, *Nexo* e *Folha*; e “Remediado” sendo o conteúdo produzido para outras mídias e plataformas, mas publicado como *podcast* sem adaptação, como repositório (VIANA e CHAGAS, 2021).

Gráfico 1: Representação das categorias de podcasts preferidas no Brasil



Fonte 3: Gráfico proposto por Viana e Chagas (2021, p. 12).

A análise destes autores (VIANA e CHAGAS, 2021) percebe a preferência brasileira por *podcasts* em formato de a) Relato, seguido da estrutura de b) Debate. Essas categorias nos indicam dois movimentos do fenômeno do *podcasting*: a) existe um grande interesse por histórias pessoais, que criam ambientação de intimidade com o ouvinte; b) e os debates e diálogos entre apresentadores e/ou com convidados ganham legitimidade, podendo ser fator

de orientação do ouvinte sobre a opinião de certos entrevistados, preferências dos *podcasters* que acompanham, e até uma performance com peso de “verdade”, potencializada pela semelhança com programas jornalísticos de entrevistas e por poder explorar caráter atrativo e coloquial.

Em observação semelhante, Tigre (2021) aponta que em pesquisa da *Globo* em outubro de 2020 as preferências do público eram *podcasts* com entrevistas, depois de narrativas e histórias reais, seguido de mesas-redondas, reportagens e resumos de notícias diários e semanais.

Silva e Santos (2020, p. 61) perceberam a tendência dos *podcasts* utilizarem humor, e o formato mais popular em sua investigação foi o “debate entre os apresentadores e eventuais convidados especiais”, seguido do formato livre e entrevistas. Depois, seriam o educativo, jornalismo temático, entrevista, variedades e jornalismo narrativo. As diferenças entre a percepção de Viana e Chagas (2021) e Silva e Santos (2020) mostram como em pouco tempo o cenário da podosfera pode se alterar.

O estilo de “mesa de bar”, onde *podcasters* debatem com convidados, é preferido no Brasil há muitos anos, caracterizado pela informalidade, descontração e a discussão de um tema específico (FERNANDES, 2018). Conhecido como *Mesacast*, o formato herda do rádio o estilo das mesas redondas e debates, sendo transmitidos muitas vezes em plataformas como *Youtube* e *Twitch*. Por isso, muitos chamam esta estratégia de *videocast* – são exemplos o *podcast Flow*, *Podpah* e *Inteligência Ltda*. Tal formato ganha credibilidade e passa a atrair cada vez mais a participação de figuras públicas (TIGRE, 2021). Em uma espécie de bate-papo, a autonomia dos falantes é maior, sem um roteiro, e exige menos efeitos sonoros e criação de uma atmosfera de sentido (SOUZA, FORT, BOLFE, 2020).

Certos fatores reforçam o caráter afetivo de ouvintes frente a seus *podcasts* preferidos, como a sensação de proximidade com os programas, desde a escolha dos episódios. A recomendação e escolha de *podcasts*, por exemplo, para além da procura pela internet e mídias sociais, é muito marcada pela indicação de amigos e familiares, ou mesmo dos próprios *podcasters* que já acompanham, em contexto de familiaridade e compartilhamento entre produtores e audiência (JONES et al., 2021). Isso é predominante no Brasil, onde a “maioria dos ouvintes descobre novos programas por indicação de *podcasters* e amigos” (ABPOD, 2020, p. 18). Outro ponto relacionado aos interesses dos e das ouvintes, de relatório produzido pelo *Spotify* (OSTROFF; CHIEF CONTENT & ADVERTISING BUSINESS OFFICER; SPOTIFY, 2020, p. 23), é que “64% dos entrevistados brasileiros

disseram que estão ouvindo o formato [*podcast*] com mais frequência hoje em dia para se manterem informados ou entretidos, e quase um terço afirmou que ouviu podcasts relacionados à saúde mental”.

1.6 Lugar de muitas vozes: hegemonias e resistências

O caráter democratizador dos *podcasts* foi enfatizado historicamente, em pesquisas sobre o tema e pautas de veículos de comunicação, principalmente em razão de terem início como forma de produção amadora e de uma emissão liberta da grande mídia (LEMOS, 2005; PRIMO, 2005; BONINI, 2020). Mas tal interpretação não tende somente para uma pluralidade “positiva”. É inegável a amplitude de temáticas possíveis em programas de podcast, sobre entretenimento, ciência, cultura *nerd*, empreendedorismo, tecnologia, feminismo, música, saúde, educação, notícias, esporte, literatura, dentre outros. Entretanto, vimos anteriormente como ainda existe um perfil demarcado de quem produz e quem consome *podcasts* no Brasil.

Cláudia Costa e Eliana Coelho da Silva, por exemplo, apontam para a disparidade regional e interseccionada na composição de produtores, sendo ambas *podcasters* do *Elas Pesquisam* produzido no Ceará, Estado com mais *podcasters* respondentes na pesquisa da ABPOD considerando o nordeste do país. Segundo as *podcasters*, o ambiente de produção de *podcasts* “(...) se constrói e se reproduz a partir dos signos do sexismo e misoginia engendrados em nossa sociedade. Expressa em sua estrutura a mais típica formação cultural de poder e dominação da sociedade brasileira: a predominância do homem, branco, cis, hetero, sudestino de classe média/média alta” (HACK, 2022, s/p). Ainda segundo as pesquisadoras, em razão disso “não há situação ou lugar propício para a disputa de narrativas. Tais disputas são feitas nas fissuras ou mesmo nos embates diretos e constantes dentro das dinâmicas de relação de poder” (HACK, 2022, s/p).

Os *podcasts* avaliados nesta pesquisa são de mulheres produtoras no estado do Rio de Janeiro e São Paulo e que são, como veremos adiante, bastante conhecidas em relação à sua produção de conteúdo na internet. São produtoras que já foram indicadas a prêmios, possuem histórico em outras plataformas como *Youtube* e em *blogs* pessoais. Cada vez mais vemos o *podcast Não Inviabilize* bem ranqueado em plataformas de *streaming*, e tanto este programa como o *AFETOS* concorreram a prêmios nos últimos anos. Apesar de uma regionalidade mais privilegiada, acreditamos que, não só, mas a intersecção entre gênero e

raça destas produtoras e seu histórico até adquirirem o atual alcance de grandes audiências são parte de fissuras e disputas por uma podosfera mais plural, principalmente no atingir a sensibilidade de seus e suas ouvintes de forma transformadora.

Se pensarmos as discussões do feminismo negro em Grada Kilomba (2017, s/p), percebemos que o espaço de fala proporcionado pelo formato de *podcast*, e o retorno positivo observado nestes dois programas, já demonstra formas de reconhecimento por parte de quem escolhe escutar:

[O] falar e o silenciar emergem como um projeto análogo. O ato de falar é como uma negociação entre quem fala e quem escuta, isto é, entre sujeitos falantes e seus/suas interlocutores/as. Ouvir é, nesse sentido, o ato de autorização em direção à/ao falante. Alguém pode falar (somente) quando sua voz é ouvida.

Os e as ouvintes brasileiras estão em sua maioria localizadas no Sudeste, com destaque para o crescimento dos números no Ceará. Em relação ao gênero, 80,4% dos respondentes se declararam cisgênero, 2,2% não se identificaram e 17,4% se identificam na diversidade LGBTQIA+: maioria bissexual (55,67%) ou homossexual (31,35%), mas aparecem também participantes androssexuais, assexuais e ginessexuais – termos pouco discutidos nas mídias de massa. Houve ainda a percepção de que a “média de idade do ouvinte de podcast passou de 29 para 28 anos” de 2018 a 2019 (ABPOD, 2020, s/p). Outro aspecto é que o número de ouvintes com formação superior completa e incompleta é muito semelhante, 31% e 30% respectivamente. Não há dados sobre ouvintes alfabetizados ou não, apesar do formato em áudio facilitar o entendimento desta parcela do público, mas devemos considerar a condição necessária de acesso à internet como fator de exclusão e impedimento de certas parcelas da população consumirem *podcasts*.

Apesar deste contexto, podemos dizer que os *podcasts* são formatos mais acessíveis de conteúdo, fáceis de produzir e distribuir com ferramentas simples e gratuitas, uma alternativa para produtores independentes e que se encaixa em médias salariais menores. A maioria dos *podcasters* opta por hospedagem em agregadores gratuitos – mais referido foi o *Anchor*, associado ao Spotify –, e como forma de distribuição destacam-se os serviços de *streaming* do Spotify (87,2%), iTunes (68%) e Youtube (57%) (ABPOD, 2021). Tais plataformas estão entre as mais utilizadas para ouvir *podcasts*, estando o Spotify em destaque entre os agregadores (TIGRE, 2021), seguido do *Podcast Addict*, *Google Podcasts* e *Apple Podcasts* (ABPOD, 2020).

Medeiros, Mendonça e Prata, (2022, p. 95) defendem o *podcast* como lugar de autorrepresentação e busca pelo reconhecimento: “o podcasting na arena midiática se apresenta como oportunidade de articulação dos movimentos sociais e grupos subalternos”. Entretanto, tal espaço, ou arena, do *podcasting* “também é utilizado por grupos conservadores e dominantes para reverberar seus ideais excludentes” (MEDEIROS, MENDONÇA e PRATA, 2022, p. 96), frequentemente relacionados a discursos de ódio. A diversidade de assuntos como fator problemático já era apontada por Herschmann e Kischinhevsky (2008), quando consideram possíveis usos militantes e de resistência dos *podcasts*, ao mesmo tempo em que circulam projetos fundamentalistas.

Um grande exemplo é o *podcast* mais ouvido no mundo: *The Joe Rogan Experience*, feito como conteúdo no *Youtube* e que se instituiu com a disseminação de informações falsas e discursos discriminatórios, racistas e contra a população LGBTQIA+. O apresentador “é considerado um dos maiores teóricos da conspiração da extrema-direita americana” e serve de influência para vários *podcasts* brasileiros “em formato de conversa [em vídeo], como o Flow Podcast” (SOUZA, 2021). Este segundo se envolveu, em 2022, com a polêmica defesa de um partido nazista no Brasil por um ex-apresentador, que ascendeu o debate político também no noticiário nacional.

Acrescenta-se a este aspecto a escolha personalizada do ouvinte a temas e valores que lhe agradem, diminuindo o diálogo com o “diferente” e reforçando o vínculo com um coletivo que se sustenta por gostos e vivências semelhantes. Segundo o relatório do *Spotify* (2020, p. 15) “[o]s podcasts são frequentemente apresentados por criadores com paixões bastante específicas e ouvidos aos montes por usuários com os mesmos interesses. Há programas sobre todos os tópicos imagináveis, sejam eles sociedades secretas, Pokémon ou a história de Roma”. A pesquisadora sobre feminismo em *podcasts*, Luízy Aparecida da Silva Carlos, acrescenta que tal mídia é espaço de conexão entre sujeitos com ideias semelhantes: “Sob esse argumento de espelhamento com o outro, construo minha identidade, reforço minhas crenças e meus pontos de vista e estabeleço minhas narrativas” (HACK, 2022, s/p). Ainda assim, não é só no Brasil em que o *podcast* é percebido como espaço de resistência e para o discurso contra-hegemônico, de expressão de grupos marginalizados, como Vrikki e Malik (2019) observam no Reino Unido.

O *podcast* é um dos modelos midiáticos que possibilita “o ‘outro’” falando sobre si próprio” (MEDEIROS, MENDONÇA e PRATA, 2022, p. 97). Ao formular um perfil dos *podcasters* independentes, Markman (2011) lembra que representam uma comunidade

geralmente ausente do mercado tradicional. Neste sentido, o formato favoreceria abordagens diferenciadas de classe, raça e gênero. Porém, as formas de dominação exercidas historicamente sob tais e outras categorias, unidas ao funcionamento dos algoritmos em plataformas *online*, contribuem para a invisibilização de iniciativas mais diversas.

Os estudos sobre *podcasts* com perspectiva interseccional, com foco em gênero e raça, são incipientes, mas vêm tomando destaque. Em análise dos trabalhos apresentados nos encontros anuais da Compós desde 2004, Silva e Pinheiro (2022) apontam a ausência da discussão de gênero e *podcasting*, e somente dois artigos a partir de 2018 se referem ao gênero na podosfera, com perspectivas sobre as práticas de produção narrativa e consumo. Até dezembro de 2022, com base em publicações em periódicos da área de Comunicação, encontramos resultados semelhantes. São várias as pesquisas sobre *podcasts*, mas o número diminui expressivamente quando se trata de artigos que o discutem a interseccionalidade de gênero, raça e diversidade LGBTQIA+ na podosfera. As publicações, porém, vêm aumentando desde 2020, principalmente com dossiês temáticos da Revista Radiofonias (APÊNDICE B).

Em síntese, os resultados das pesquisas sobre *podcasts* de mulheres, mas principalmente de mulheres negras, apontam a mídia como um local seguro, o que podemos associar com os territórios seguros sugeridos por Collins (2019), onde o compartilhamento de histórias e discussão sobre formas de discriminação e opressão são possíveis, sendo formas de resistência ao discurso hegemônico dos veículos de comunicação de massa. As investigações demonstram o potencial educativo e de mobilização política dos *podcasts*, não só quando apresentam intersecção de gênero e raça, como com outros marcadores como localização geográfica, etnia, vivência em comunidades tradicionais e dificuldade de acesso às tecnologias. A relevância desta mídia sonora também está no aparecer de vozes de mulheres negras silenciadas, de forma a darmos ouvidos a realidades outras, que não só reflitam o que nos afeta de imediato.

Winter e Viana (2021) apontam que a maioria das produções femininas têm início em 2018 ou 2019, sendo majoritariamente independentes, e poucos produzidos junto a algum veículo de comunicação. Mulheres na podosfera tratam “de temas variados, permeando o universo feminino” (WINTER e VIANA, 2021, p. 60). O formato preferido é o debate – como o *Mamilos* (2014), de Juliana Wallauer e Cris Bartis. Seguido do formato opinativo, onde “geralmente uma única apresentadora expõe um assunto. É possível comparar este formato com uma aula expositiva. A apresentadora se dirige diretamente para a/o ouvinte de

um para um” (WINTER e VIANA, 2021, p. 57). Podemos citar como exemplo o *Para dar nome às coisas* (2019), o qual a jornalista Natália Sousa sugere ser “uma mesa de bar na web”, feito individualmente a partir de suas reflexões sobre temas sensíveis, pessoais e introspectivos. Winter e Viana (2021 p. 61) concluem: “A democratização da produção de podcasts [...] caminha em paralelo com a expansão de espaços ocupados por mulheres na sociedade contemporânea”.

Na busca do perfil de *podcasters* mulheres no Brasil, ao entrevistarem algumas produtoras Silva e Malta (2022a, p. 115) percebem que o *podcast* independente atende uma “vontade compartilhada pelas interlocutoras em ocupar um espaço na mídia”. *Podcasts* de mulheres estabeleceriam “com o público relações afetivas que são parte de suas formações como sujeito” (SILVA e MALTA, 2022b, p. 84), sendo que uma das respondentes associou a escuta de *podcasts* como suporte emocional durante o isolamento da pandemia.

As autoras lembram questões de desigualdade de gênero como impedimentos para o trabalho com tal mídia. Porém, enxergam o *podcast* como lugar de potência para mulheres negras desafiarem a representação de raça, ou falta dela, na mídia tradicional. Como verificamos, projetos feitos por mulheres acabam por criar ambientes seguros e de mais igualdade na podosfera:

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. (SILVA e MALTA, 2022a, p. 118).

Pensar o *podcast* no âmbito da interseccionalidade é também pensá-lo como “um lugar político e emancipatório, no qual podemos falar livremente daquilo que acreditamos. [...] para transformar realidades a partir de uma mídia que acolhe tantas pessoas por meio dos fones de ouvido” (HACK, 2022, s/p). E mais, o *podcast* vem sendo visto como uma “ferramenta para fala, expressão, escuta, conexão feminista” e “a podosfera vai se firmando como um espaço de aprendizado, troca e ativismo digital de mulheres” (HACK, 2022, s/p). E mesmo *podcasts* feministas possuem audiência masculina, e mais diversa em relação a gênero e sexualidade.

1.7 Não inviabilize os AFETOS

É neste contexto que localizamos duas produções com propostas essencialmente sensíveis, estéticas, que envolvem o espectador e espectadora por suas características

humanizadoras e potencial emancipatório e político, com espaço para ativismos dentro dos preceitos do feminismo negro. *Podcasts* de mulheres sudestinas, entre a faixa etária dos 30 a 50 anos, o *Não Inviabilize* e o *AFETOS* se destacam em suas proposições de contar histórias do cotidiano de pessoas reais e discussão de afetações e sentimentos, respectivamente. Mais especificamente, tais *podcasts* são ponto de partida da criação de comunidades de pertencimento e compartilhamento de experiências, entre produtoras e ouvintes, utilizando como recurso para o diálogo as mídias sociais, em especial o *Telegram*. Neste subtítulo, faremos breve apresentação de ambos os programas, que serão analisados juntamente com o contexto de suas produtoras adiante, no Capítulo 4.

Figura 2: Capa do *podcast Não Inviabilize*



Fonte 4: Spotify.

O *Não Inviabilize* propõe a contação de contos e crônicas de histórias reais, muitas provenientes de seus ouvintes, pela apresentadora Déia Freitas – em alguns episódios, Déia chega a comentar que a história encaminhada não era de alguma pessoa que ouvisse o *podcast*, mas tinha conhecimento do programa e mesmo assim quis compartilhar algum caso –, que mescla suas opiniões e suas histórias nas dos outros. O *podcast Não Inviabilize* vem disputando boas colocações entre os dez programas mais ouvidos no *Paradas de podcast – Brasil Top podcasts*, do *Spotify*, que atualiza o *ranking* diariamente.²⁶ O programa tem início em fevereiro de 2020, e dá continuidade a um projeto mais amplo da psicóloga e *podcaster* Andréia (Déia) Freitas, o *blog Não Inviabilize A minha Existência*, que hoje é o site *Não Inviabilize*, que enfoca projetos que circundam o programa em áudio e iniciativas de militância pela diversidade e a causa animal. Em 09 de setembro de 2022, o *podcast* alcançou a marca de 1 milhão de ouvintes pelo *Spotify*, e 100 milhões de *plays* (de episódios). Até março de 2023, o programa conta com cerca de 694 episódios – e contando. A publicação é quase que diária, e os episódios têm duração curta, normalmente em torno de 15 minutos, com no máximo 30 minutos.

²⁶ Disponível em: <https://podcastcharts.byspotify.com/br>. Acesso em: 14 mar. 2023.

Sua popularidade também pode ser contabilizada em diferentes plataformas que promovem o programa: o perfil no *Twitter* @NaoInviabilize soma seguidores dos conteúdos do *blog* e ouvintes do *podcast*, contabilizando cerca de 257 mil seguidores; e no *Instagram* o @naoinviabilize possui cerca de 222 mil seguidores. No *Telegram*, Déia criou o grupo *Não Inviabilize* para discussão de áudios com contação de histórias que viriam a se tornar o *podcast*, e que já soma mais de 74 mil membros²⁷. O *chat* foi iniciado em 5 de fevereiro de 2019, mas possui um aviso de migração de outro grupo, podendo ter relação primeiramente com o *blog* para depois ser apropriado para o *podcast*.

Na intenção de criar “um laboratório de histórias reais” (FEITAS, 2022), a apresentadora convida o público para que envie histórias por *e-mail* para compor o roteiro do *podcast*. Porém, as discussões que decorrer no *chat* do *Telegram* também servem de inspiração. Déia refere-se a si como contadora de histórias, misturadas com suas próprias vivências.

O canal Não Inviabilize é um espaço de contos e crônicas, um laboratório de histórias reais. Aqui você ouve as suas histórias misturadas às minhas! Quadros do canal: Amor Nas Redes - histórias de amor, afeto, saudade; Picolé de Limão - histórias do cotidiano, ciladas, trapagens, muita história revoltante; Luz Acesa - histórias de terror, suspense e mistério; Ficção da Realidade - histórias ficcionais interativas; Mico Meu - histórias engraçadas; Alarme - histórias que servem de alerta, gatilhos emocionais. (NÃO INVIABILIZE, 2022, s/p).

As temáticas envolvem histórias de vivências do dia a dia narradas por Déia Freitas, somado a sonoras de ouvintes, que avaliam, dão orientações e opiniões ao final dos episódios. Podemos exemplificar com os episódios do primeiro semestre de 2023: “PICOLÉ” (23/03/2023), episódio do quadro *Picolé de Limão* que trata da problemática jurídica de um caso de PCD – Pessoa com Deficiência que teve sua prótese de perna prejudicada pelo *pet* de uma tutora com quem se relacionava; “LAÇOS” parte 1, 2 e 3 (07/02/2023; 08/07/2023; 09/02/2023, respectivamente) que conta a história do ângulo de três personagens que viveram a mesma história, episódios dos quadros *Picolé De Limão* e *Amor Nas Redes*, sobre a relação de um casal e a dúvida da parentalidade do filho; e “ONG” (27/03/2023), do quadro *Amor Nas Redes*, relato da experiência da própria Déia com o terceiro setor, com foco na atuação junto a mulheres, e a potência transformadora de estar junto delas realizando projetos culturais diversos.

²⁷ Dados de 14 de março de 2023.

Figura 3: Capa do *AFETOS*, seguida de exemplos de capas dos episódios com rosto das apresentadoras



Fonte: Anchor, Instagram e Spotify (capa de episódio do quadro *AFETOS te ajuda*).

Em junho de 2022, o *Não Inviabilize* passou a fazer parte da programação do *AFETOS podcast*. Se o primeiro tratava de relato de histórias, o *AFETOS* por sua vez traz debates entre as duas apresentadoras, Gabi Oliveira e Karina Vieira, ambas comunicadoras por formação e ativistas da causa das mulheres negras. O programa foi criado em junho de 2019 com foco em pensar comportamentos, sentimentos e experiências pessoais, além de discutirem feminismo, questões de gênero e raciais, em uma concepção de que suas vivências podem impactar o coletivo: “Por conta do nosso trabalho de compartilhamento através do projeto AFETOS entendemos que sim, o pessoal pode ser político. Que as nossas produções individuais podem causar, sim, grandes impactos no coletivo” (TEDXTALKS, 2020, 1’34’’- 1’44’’). O programa possui um formato mais livre, em que as *podcasters* propõem falar sobre o que as “afeta” e “sensibiliza”, trazendo temas sensíveis como racismo, feminismo, maternidade e outros.

O que nos motivou a começar foi o fato de nós acreditarmos que quando falamos sobre nossa subjetividade de forma pública, sobre as nossas fragilidades, fortalezas e processos de autoconhecimento, autorizamos mais e mais mulheres a se verem como sujeitas de suas próprias histórias (OLIVEIRA e VIEIRA, 2020, s/p).

O *podcast* tem a intenção de promover a voz dessas mulheres, por vezes silenciadas, e inspirar outras a saírem de seus locais de submissão e vítimas de violência. Estimuladas pela leitura de obras de mulheres negras, como Conceição Evaristo, bell hooks, Michelle Obama e Upile Chisala, a “decisão foi reavivar o **potencial de cura** no compartilhamento de vivências, trajetórias e sentimento entre mulheres” (TEDXTALKS, 2020, 3’05’’-3’12’’). Parte das discussões, por vezes, é também sugerida pelo público, em partilhas que geram identificação. Está presente aqui uma forte característica de conduzir uma coletividade, a de mulheres e mulheres negras, mais especificamente, a questionar o que se convencionou ser seu lugar no mundo, um lugar de exclusão.

No Podcast Afetos nós falamos sobre tudo que nos afeta, aproximando pessoas por meio do que nos sensibiliza. O Afetos é uma criação das comunicadoras Gabi Oliveira e Karina Vieira. Os 5 primeiros episódios são sobre Sentimentos, pois já começamos falando sobre aquilo que nos move, mesmo que de forma subjetiva. Disponível todas as sextas, antes do 12h (AFETOS, 2022, s/p).

São diversos assuntos que atravessam suas vivências e dos ouvintes, como ao discutir impulsos e desejos que nos levam ao consumo, relações familiares e maternidade, a sensação de culpar a si mesma ou delegar a culpa aos outros, a importância do ócio como lazer e descanso. É interessante destacar a temática feminina sempre presente, especialmente com enfoque de raça, como comentado por Karina Vieira no episódio “AUTOSSUFICIÊNCIA – EU NÃO ME BASTO – AFETOS #175”: “Eu lembro, Gabi, das nossas primeiras conversas para fazer o AFETOS. O quanto a gente falou que a gente não queria cair no discurso de falar sobre temas raciais, mas tudo o que a gente fala aqui parte do local que a gente ocupa, né. Faz parte de nosso lugar enquanto mulheres negras (17’46’’-18’03’’).²⁸ Outra temática recorrente é a ênfase na coletividade e abertura ao outro:

Ao compartilharmos as nossas vivências, as nossas fragilidades, os nossos medos, conquistamos o poder de conexão com diversas outras mulheres que perceberam dentro de si mesmas potências, desejos, escuta ativa e vontade de mudança, que por muito tempo estava adormecida. (OLIVEIRA e VIEIRA, 2020, s/p).

Até março de 2023, o *AFETOS* soma 181 episódios com duração de, no mínimo, 20 minutos. É comum, porém, episódios que ultrapassem os 30 minutos e chegam até mesmo em 1 hora de duração. O programa possui perfis específicos nas mídias sociais. No *Instagram* @afetospodcast contabiliza mais de 33,1 mil seguidores, sendo que as publicações envolvem a divulgação dos episódios e destaque a trechos do programa. No *Twitter* @PAfetos, são mais de 15 mil seguidores. O grupo denominado *AFETOS podcast*  no *Telegram*, permite a discussão dos temas dos episódios e possibilita interação entre produtoras e entre ouvintes, somando mais de 3.800 membros²⁹. O *chat* tem início em 30 agosto de 2020, porém é possível que seja um grupo criado a partir de outro, e que as interações tenham começado antes disso.

As apresentadoras se juntam no quadro *AFETOS te ajuda* com Déia Freitas. Nos mesmos moldes de envio de histórias dos e das ouvintes, mas dessa vez sem a narrativa em

²⁸ AUTOSSUFICIÊNCIA – EU NÃO ME BASTO – AFETOS #175. Podcast. Spotify. 2 de fev. de 2023. 32’31’’. Disponível em: <https://open.spotify.com/episode/1yOhT3emfYf35XVDhcSQWv>. Acesso em: 18 abr. 2023.

²⁹ Dados de 24 de março de 2023.

storytelling própria do *Não Inviabilize*. As apresentadoras leem os conteúdos da audiência e em seguida cada uma dá sua opinião sobre o caso lido. Essas histórias normalmente tratam de relatos de experiências difíceis, até mesmo dolorosas, pedindo conselhos das *podcasters*. Fica explícito, nesses episódios, que a intenção não é que as apresentadoras cheguem a um consenso de soluções, e a formação de Déia como psicóloga é bem explorada nestes tipos de episódios. Cada uma reflete sobre como entende a situação e lidaria com ela, abrindo possibilidades que podem (ou não) ajudar a quem escuta.

Ambos os *podcasts* estão em diferentes agregadores e plataformas de *streaming*. Aqui, porém, enfatizaremos sua disponibilidade no *Spotify* e a extensão da escuta nas interações e partilhas nos grupos no *Telegram*. Além disso, conforme observado pela ABPOD (2021), tais programas se encaixam no formato mais comum de periodicidade de publicação semanal e estão localizados na região que mais se destaca na pesquisa, no Sudeste. *AFETOS* e *Não Inviabilize* completam, em 2023, quatro e três anos de existência, respectivamente.

Gabi Oliveira e Karina Vieira (*AFETOS*) – do Rio de Janeiro – e Déia Freitas (*Não Inviabilize*) – de São Paulo – se enquadram na região com maior número de respondentes das pesquisas sobre ouvintes e produtores da ABPOD (2020; 2021), além da Pesquisa Globo Podcast realizada pelo IBOPE em 2020. A questão da regionalidade é relevante no sentido de mostrar a visibilidade dada aos produtos e à audiência localizadas em região privilegiada nestas pesquisas, algo que as apresentadoras cearenses do *podcast Elas Pesquisam*, Cláudia Costa e Eliana Coelho da Silva, criticam ao considerar a podosfera um local de predominância sudestina. Apesar disso, produções de mulheres negras ainda têm menor alcance nos *rankings* do *Spotify*. O *podcast Não Inviabilize* vem sendo uma quebra nesta tendência, mantendo boas colocações entre os mais ouvidos.

Considerando o contexto explicitado, buscamos tais *podcasts* como ponto de partida da criação de comunidades de pertencimento e compartilhamento de experiências, entre produtoras e ouvintes, utilizando como recurso para o diálogo os grupos no *Telegram*, de onde parte a avaliação da experiência estética de seus espectadores-ouvintes. É justamente em possibilidades de interações sensíveis como estas, de viabilidade das trocas dialógicas entre ouvintes e produtoras, que buscamos defender de forma ampla que as pesquisas em Comunicação *Não Inviabilizem os AFETOS*: é preciso pensar a experiência relacional dos sujeitos em comunicação, em processos dialéticos de partilhas poéticas e estéticas.

Capítulo 3

FUNDAMENTAÇÕES TEÓRICO-METODOLÓGICAS

Neste capítulo introduzimos as bases teóricas que permeiam nossa compreensão de fenômenos comunicacionais, como as experiências nos *podcasts* escolhidos. Nos inspiramos na comunicação em seu sentido estético, de troca de experiências e sensibilidades, fundamentados em autores que discutem a Comunicação e Experiência Estética. Diferente de teorias basilares e anteriores como o Funcionalismo estadunidense ou a Teoria Crítica frankfurtiana, a experiência estética considera a emancipação dos sujeitos que interpretam e produzem sentidos *a partir dos e com os meios* (BRAGA, 2006a). Nesta perspectiva, existe uma complexidade de fatores que influem no processo comunicacional e que podemos chamar, por exemplo, de mediações (MARTÍN-BARBERO, 2004; 2009; OROZCO GÓMEZ, 2005) seguindo o fluxo do pensamento latino-americano, no qual a cultura e a política, bem como as próprias vivências cotidianas, são vistas como moduladoras das experiências sensíveis dos sujeitos e comunidades. Os próximos parágrafos dão conta de explicitar este entendimento de uma comunicação com estesia (BARROS, 2017) e seus desdobramentos em métodos analíticos para a pesquisa, ao considerar ainda percepções do feminismo negro que aguçam a compreensão da produção e recepção como lugares seguros para realização de partilhas, permeadas por interseccionalidades.

2.2 COMUNICAÇÃO E EXPERIÊNCIA ESTÉTICA

O crescimento exponencial do *podcast* como mídia culmina, nos últimos dois anos, com a associação do formato a uma forma transparente de transmitir informações, mais agradável e mobilizadora de afetos do público.³⁰ Como defendido anteriormente, o estudo de

³⁰ Em 2022, durante o período eleitoral para presidente do Brasil, Lula e Bolsonaro passaram a conceder cada vez mais entrevistas em programas de *mesacasts*, em especial no *Youtube*. Em uma das propagandas de Bolsonaro nesta época, ele performa um “podcast do Jair”, imitando o formato.

podcasts com olhar privilegiado para a experiência na relação entre produtoras e seus/suas ouvintes nos dirige a pensar a sensibilidade e afetação envolvidas, desde os episódios até as partilhas em comunidade. Para isso, esclarecemos aqui a abordagem da Experiência Estética na Comunicação, campo que pode nos ajudar a compreender essa complexa relação sensível, e permeada pela mídia, dos ouvintes dos *podcasts AFETOS e Não Inviabilize*.

O termo “estética” tem origem em *aisthesis* (grego), cujo significado se aproxima de uma percepção sensível. Por muitos anos, a noção de estética esteve relacionada a uma estética da obra de arte, o normativamente belo, que era associado com experiências utópicas, transcendentais e elitizadas (GUIMARÃES, 2006; PICADO, 2015). A estética como disciplina filosófica foi sugerida por Alexander Gottlieb Baumgarten em 1750, em sua obra *Aesthetica*. A intenção era sugerir, em oposição à ciência puramente racional, uma “ciência do conhecimento sensível” ou inferior (BAUMGARTEN apud TREVISAN, 2014, p. 172), uma “ciência da percepção” (DUARTE, 2008, p. 5), que considera a sensibilidade envolvida na experiência com a arte da época, como sentimentos, sensações e imaginação (TREVISAN, 2014).

Mas é apenas em 1953, no livro *Phénoménologie de l'expérience esthétique* de Mikel Dufrenne, que é tratada efetivamente a “experiência estética”, ao pensar obras de arte como objetos estéticos, criados na ação da recepção, e não só no ato de produção. A apreensão sensível do espectador é necessária para fazer nascer interpretações e sentidos. Esta experiência seria constituída por um *pathos* (grego) – referente à paixão, sentimentos e o afeto – no encontro íntimo do sujeito com o objeto. “Dufrenne concebe a experiência estética como um encontro no qual a obra nos toca profundamente – porque a *profundidade* é uma dimensão essencial e comum ao objeto e ao sentimento estéticos” (PINHO, 1994, p. 377).

O olhar privilegiado para a recepção, onde ocorre o encontro sensível entre sujeito e obra, foi se instaurando. Na década de 1960, na Escola de Konstanz da Alemanha, Hans Robert Jauss e Wolfgang Iser inauguram a Estética da Recepção, fundada numa crítica literária, que enfatiza não mais a obra e os autores, mas a leitura e o leitor, localizados histórica e culturalmente. “Por ‘recepção’ compreende[-se] as ‘sucessivas concretizações de uma obra’, a relação dialógica entre texto e leitor, a liberar em cada época o potencial semântico-artístico da obra e inscrevê-lo na tradição literária” (MATTELART e MATTELART, 2011, p. 148). Conceção relacionada à ideia de “Obra aberta”, do italiano Umberto Eco, na qual o texto apresenta-se sempre inacabado, e a cada leitura, mesmo que

por um mesmo leitor em diferentes momentos de sua vida, podemos gerar novas significações.

Já nos anos 1990, surge a Estética Relacional de Nicolas Bourriaud (2009), que também pensa a experiência sensível nas trocas com obras de arte, mas passa a observar a interação entre arte pós-moderna e espectador na recepção, com as novas técnicas de mixagem. Neste sentido, Friques (2013, p. 3) resume bem ao dizer que as obras deixam de ser produtos e tornam-se “momentos de sociabilidade”. Como confirmaremos adiante, os *podcasts AFETOS* e *Não Inviabilize* estão permeados pela socialização entre *podcasters* e espectadores e espectadoras, que participam direta ou indiretamente dessas produções. Existe uma rede para a concretização desses momentos de sociabilidades das produtoras com seus ouvintes em diversas mídias sociais; dos ouvintes diretamente com as produtoras nos grupos; e entre ouvintes no *Telegram*. Relações que são estabelecidas, podemos dizer, a partir de ganchos que são os episódios dos *podcasts*.

Retomando as discussões, concepções sobre estética à época ainda se limitavam à recepção, como algo individual. No avançar da experiência estética, o olhar passa a sinalizar a amplitude e complexidade de fenômenos da comunicação, que envolvem a sensibilidade dos sujeitos atravessados em coletividade por mediações (MARTÍN-BARBERO, 2009), em um ambiente permeado pelas mídias, um *bios midiático* ou *virtual* (SODRÉ, 2002). O conceito de “estesia” está na origem da expressão “estética”, provenientes do termo grego *aisthesis*. Ambos abarcam o “[...] trabalho do sensível na sociedade. É um tipo de trabalho feito de falas, gestos, ritmos e ritos, movido por uma lógica afetiva em que circulam estados oníricos, emoções e sentimentos” (SODRÉ, 2016, p. 45), dentro de uma perspectiva comunicacional.

Vale, portanto, retomar a ideia da experiência estética midiaticizada na perspectiva da interação, de forma a contemplar o encontro da poética com a estética propriamente dita, que se concretiza no tempo-espço da recepção, marcada por polissemias decorrentes das mediações culturais que balizam as dinâmicas de interpretação e produção de sentidos (BARROS, 2014, p. 6).³¹

Tal dinâmica se refere à ideia de que a estética não poder se separar da poética, e vice-versa. É usual referir-se à recepção/percepção como lugar da estética (*aisthesis*), enquanto a concepção/produção remete à poética (do grego *poiesis*), que seria a criação. Entretanto,

31 Ao trazer a ideia de mediações culturais, Barros (2014) nos remete à Teoria das Mediações de Martín-Barbero (2009), que pode nos oferecer um arcabouço metodológico voltado ao cenário latino-americano, para pensar contextos e vivências que permeiam os sujeitos e coletividades. Tal discussão será melhor desenvolvida adiante.

seus significados são muito mais ricos. Uma produção da poética apresenta-se à percepção estética do receptor, o qual vai criar sentidos a partir desta experiência. Ou seja, cria-se uma nova poética, os sentidos e interpretações, que quando compartilhados participarão de novas estéticas. Existe uma relação dialética e dialógica entre estética e poética. “A experiência estética se converte em experiência poética e os sentidos são elaborados à luz de experiências sensíveis compartilhadas” (BARROS, 2017, p. 173).

Pensar a comunicação, neste sentido, é fugir de uma noção de passividade e alienação do receptor aos produtos culturais midiáticos, para privilegiar o espectador emancipado (RANCIÈRE, 2012), as experiências subjetivas e transformadoras n(d)o cotidiano, por meio de novas interpretações e partilhas em um ambiente comum. E, por que não, pensar as experiências sensíveis das/dos ouvintes dos *podcasts* citados, que são compartilhadas em novas poéticas nos grupos de mensagens.

Como discutimos adiante, a comunicação é o ato de tornar comum, de partilhar em comunidade. Estas “partilhas sensíveis”, conceito de Rancière, possíveis em espaços compartilhados, possibilitam não só a expressão de regimes estéticos, de sensibilidades, como políticos, das possibilidades e defesa de existências. O comum em comunicação, dessa forma, constitui-se não só de consensos, mas de dissensos, das disputas e tensionamentos possíveis em espaços de diálogo e reconhecimento do outro. Estética e política são dimensões complementares na articulação entre comunicação e experiência estética.

Pensar a experiência estética dos/das ouvintes dos *podcasts Não Inviabilize e AFETOS*, que proporcionam comunicação direta com seu público, envolve pensar desde a escolha e escuta dos episódios, já carregadas de contextos sociais e políticos; a discussão posterior à experimentação dessas narrativas que agrega novas interpretações ao programa; a mobilização para o compartilhamento dos sentidos criados e experiências dos ouvintes; e mesmo se estes grupos se tornam ambientes de criação de redes comunicacionais de apoio.

Neste sentido, a experiência estética trata da experiência do sujeito contemporâneo em coletividade, que vivencia uma diversidade de produções simbólicas, atualmente marcadas pela midiáticação. Daí a ancoragem para pensar afetações e partilhas de ouvintes, em especial dos programas produzidos por mulheres negras que carregam vivências muito particulares, e que não podem ser vistas como universais em todos os *podcasts*. Concordamos, desse modo, com Jacques Rancière ao relacionar a estética à experiência em comunidade, em suas normas e opressões:

A estética não existe enquanto teoria da arte, mas sim enquanto experiência, um modo de visibilidade e um regime de interpretação. A experiência estética vai muito além da esfera da arte. A questão é a configuração da paisagem sensível que estrutura uma comunidade, a configuração daquilo que pode ser visto e sentido e dos modos possíveis de falar e pensar sobre isso (RANCIÈRE, s/a, p. 18-19).

A partir da estética, o olhar se volta à cotidianidade, às interações e relações, ao comunicacional em seu sentido mais humano. A experiência estética é de ordem prática: “é uma ‘atividade’ que ocorre sempre num espaço relacional, sendo uma forma de compartilhar, uma possibilidade de diálogo” (LOPES, 2006, p. 120). Por esta razão, a experiência estética na comunicação é campo rico para estudar a experiência dos e das ouvintes de *podcasts*, que são ambientes de intimidade e criam algo em comum entre os membros da audiência.

É na ordem da pragmática do cotidiano que Herman Parret (1997) localiza uma estética da comunicação, ao discutir o senso comum que permeia as interações como práticas em comunidade. Em sua reflexão, estar com o “outro” está na noção de senso comum (*sensus communis*) de Kant, que se constitui de sensibilidade (*aisthesis*) e sociabilidade (*communis*). A ideia é destrinchada pelo autor no conceito de *sensus communalis*. Na chave das experiências, compreender seria tornar comum, comunicar ao outro. “O *sensus communis* é um *sensus communalis*, um sentimento de estar-com-os-outros” (PARRET, 1997, p. 178). Colocamos no centro da Comunicação, então, o estar-com-os-outros, onde a estética se realiza, na convivência e no campo subjetivo, “a *estética da comunicação* valorizando, na pólis, a solidariedade no afeto” (PARRET, 1997, p. 201).

Avançando na discussão da experiência estética, o enfoque aqui dado nos *podcasts AFETOS e Não Inviabilize*, de mulheres negras, compele-nos a pensar uma *experiência estética genderizada e racializada* (BARBOSA e CARDOSO FILHO, 2020). Isso porque, mesmo que a composição dos ouvintes seja heterogênea em cada programa, o fato dos *podcasts* serem produzidos por mulheres negras que partilham experiências parece ser aspecto relevante na escolha pela escuta dos programas, principalmente por ouvintes que se reconhecem nestas existências. A experiência estética ocorre dentro de uma condensação de vivências anteriores, relacionadas às condições de gênero e raça, e muitas outras categorias como faixa etária, regionalidade e classe. Recorremos ao feminismo negro, assim, para compreender as condições mais específicas de localização de identidades imersas em nossa sociedade, marcada pelo racismo e pelo cisheteropatriarcado (AKOTIRENE, 2019). Como a constituição histórica do campo da experiência estética, pudemos ver, é marcada por uma

masculinidade europeia embranquecida, concordamos com Barbosa e Cardoso Filho (2020, p. 8), quando dizem que “[u]ma ausência de discussão sobre os marcadores sociais da diferença, como gênero, sexualidade, geração, raça e etnia, dentro da experiência estética a tornaria universal, portanto, naturalizando um padrão de sensibilidade hegemônico”.

Ao estudarmos *podcasts* de mulheres, que engajam um público também atravessado por interseccionalidades (COLLINS e BILGE, 2020; AKOTIRENE, 2019), cabe-nos fazer dialogarem os autores que inspiram o raciocínio originário desta pesquisa – Paul Ricoeur (2006), Jacques Rancière (2009; 2012) e Muniz Sodré (2002; 2014; 2016) –, com autoras “amefricanas”, nos termos de Lélia Gonzáles (2020). Exploramos aqui, discussões de Patrícia Hill Collins (2019), Grada Kilomba (2017), Djamila Ribeiro (2017) e bell hooks (2019a; 2019b).

Refletir sobre as experiências sensíveis, portanto, não é somente olhar para uma experiência individual(ista), mas pensar formas de afetação, criação de espaços de partilha e reconhecimento, considerando a temporalidade em que vivemos e o contexto das heranças que coletividades carregam – heranças muitas vezes que impõem o silenciamento de determinados grupos. Acessar a experiência estética, nesta pesquisa, a partir das interações dos/das ouvintes está ancorada na concepção de que “experiências estéticas podem produzir narrativas e podem ser organizadas narrativamente” (MARQUES e MARTINO, 2015, p. 38).

Cabe, ainda, lembrar da recente investigação de Cavalcante (2021) sobre mulheres negras na podosfera, cuja abordagem também envereda pelas vias do afeto e das formas de resistência, mas que se atém ao contexto da produção, das *podcasters* e dos programas de *podcast* em si. Dessa forma, a compreensão da experiência estética dos ouvintes dos *podcasts AFETOS* e *Não Inviabilize* complementa o olhar para as sensibilidades em *podcasts* de mulheres, dessa vez observando em especial a recepção. Consideramos os atravessamentos culturais de ouvintes na produção de sentidos e partilhas, que fazem parte de um processo de reconhecimento de si mesmos e dos outros a partir de um universo de interpretações. Nos termos de Barros (2017, p. 162), pensamos uma *comunicação sem anestesia*, na qual a “experiência estética implica, portanto, em acreditar no ser humano como um ser dotado de discernimento e sensibilidade, como um sujeito consciente, atento, sensível e criativo”.

2.2.1 A constituição de um comum compartilhado

Dirigimos nosso olhar para o espaço mais íntimo da comunicação, dos processos comunicacionais no cotidiano, do envolvimento na escuta de *podcasts* e das partilhas entre ouvintes e produtoras. Barros (2017, p. 167) nos diz que a comunicação é “*tornar comum*, como *compartilhamento* e seu estudo implica na compreensão dos processos de interpretação vivenciados pelos interlocutores”. Tal empreitada busca reavivar o olhar para a criação de vínculos em ambientes de compartilhamento, do comum como estar com os outros (BORGES, 2019). Muniz Sodré (2014) chega a sugerir a comunicação como uma *ciência do comum*. Na própria etimologia dos termos “comunicação” e “comunicar”, atentamos para os sentidos de participação em um comum compartilhado, de partilha, de vinculação e relacionamento.

Ao apontar a tendência dos estudos em comunicação para as interações com tecnologias midiáticas e mensagens, Sodré (2014) quer quebrar esse raciocínio para pensar a comunicação como a condição de existência do comum, do comunitário, possível através da criação de vínculos, e imersa em um *bios midiático*. Ele considera que existe uma “qualificação particular da vida, um novo modo de presença do sujeito no mundo, ou, pensando-se na classificação aristotélica das formas de vida, um bios específico” (SODRÉ, 2002, p. 24). A partir da noção de *bios* em Aristóteles, como gêneros da existência humana – que são a vida contemplativa (*theoretikos*), a vida política (*politikos*) e a vida dos prazeres do corpo (*apolaustikos*) –, Sodré (2002) apresenta um quarto *bios*, o *bios midiático* ou *virtual*: “[t]rata-se de fato da afetação de formas de vida tradicionais por uma qualificação de natureza informacional” (SODRÉ, 2002, p. 23).

As relações virtualizadas, como os vínculos criados entre ouvintes e as *podcasters* do *AFETOS* e *Não Inviabilize*, e em especial a construção de uma comunidade de ouvintes que interage entre si, são constituídas dentro desse *bios midiático*. Apesar disso, não podemos desconsiderar contextos mais amplos que envolvem os sujeitos. Ao pensar a comunicação como experiência estética consideramos que processos de percepção e apropriação estão imersos em modulações da vida cotidiana e condições identitárias, vivências sensíveis e políticas, estéticas e poéticas, que atuam na produção de sentido. Essas modulações, ou contextos, entrelaçam-se na dimensão pragmática, e na Comunicação são bem explicadas sob o conceito de mediações culturais e comunicacionais de Martín-Barbero (2009), também trabalhadas por Orozco Gómez (2005), na tentativa de capturar as tensões que balizam as experiências dos indivíduos. Macroestruturas socioculturais, econômicas e políticas, bem

como o contexto “micro” que envolve convivências familiares, com a mídia, as situações em que a recepção ocorre, e da identidade dos indivíduos, como o gênero, sexo, raça e etnia, são alguns componentes destas mediações.

Para enriquecer o debate, e em comunhão com o entendimento de uma comunicação sem anestesia, permeia a investigação a noção de interseccionalidade (COLLINS; BILGE, 2021; AKOTIRENE, 2019) proveniente do feminismo negro, que torna a reflexão sobre tais categorias identitárias mais rica, ao pensar como estão ligadas a formas históricas de dominação. Tais condições que atravessam as vivências dos indivíduos, expressas aqui nos conceitos de mediações e interseccionalidade, ajudam-nos na compreensão da comunicação como experiência estética, da articulação entre o sensível e o político. Nos termos de Herman Parret, a comunidade, o comum – em que se constitui a comunicação – é afetivo, composto pela tensão entre sensibilidade (*aisthesis*) e sociabilidade (*communis*), que pode ser entendida também como politização. Como nos propõe Parret, é preciso “socializar o sensível e sensibilizar o social” (1997, p. 197).

2.3 MEDIAÇÕES E INTERSECCIONALIDADE: GUIAS DO *CORPUS* E ANÁLISE

2.3.1 Mediações culturais e ênfase na recepção

Considerar a permeabilidade das relações humanas com aparatos midiáticos, em apropriações e novas formas de interação, envoltas de afetos, vem sendo um desafio dos estudos da Comunicação na América Latina, ou Abya Yala como chamam as feministas da região. Nos estudos latino-americanos existe uma tendência em usar a alegoria de mapas, cartografias e territorialidades como formas de pensar delimitações de espaços comunicacionais e seus atravessamentos. Buscamos, neste sentido, separar em dois momentos 1) a análise dos *podcasts AFETOS e Não Inviabilize* e contexto de sua produção, que não se separa das vivências de suas produtoras e 2) sua recepção partilhada em grupos no *Telegram*, pensando justamente nesta ideia de serem territórios de comunicação. Assim, podemos olhar com mais atenção cada momento, dos programas à escuta, dentro do escopo de uma comunicação sensível, da experiência estética.

Temos como expoente na virada do pensar as vivências, as mediações, e não mais somente os meios, Jesús Martín-Barbero (2004; 2009) e seus diferentes mapas atualizados conforme os anos. Como indica Barros (2017, p. 173), as “[m]ediações e midiatização são duas teorias que podem muito bem subsidiar nossas reflexões sobre comunicação e experiência estética em um contexto e cultura comum, de comunicação compartilhada, de ‘partilha sensível’”. Diferentes estudos sobre *podcasts*, inclusive, recorrem às mediações como aparato ao pensá-los na perspectiva das práticas interacionais, como nova forma cultural que atua em sensibilidades e possui marcas de tecnicidades, de linguagens específicas para esta mídia (KISCHINHEVSKY, 2012; OLIVEIRA, 2018).

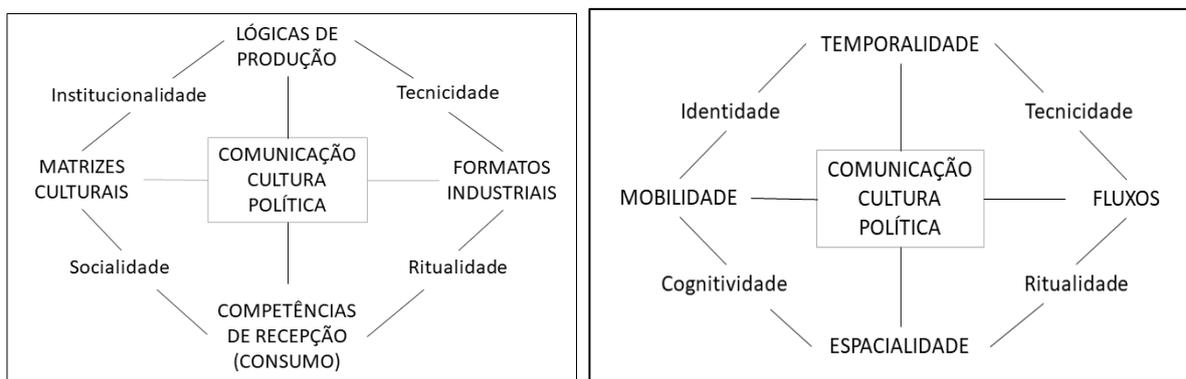
Neste sentido, consideramos a experiência sensível deve ser pensada dentro de um contexto de mediações que são as relações e vivências que envolvem o indivíduo e a coletividade, em sua produção de sentido no cotidiano. Martín-Barbero (2009, p. 261) afirma que pensar em *mediações* é “[olhar] para as articulações entre práticas de comunicação e movimentos sociais, para as diferentes temporalidades e para a pluralidade de matrizes culturais”. São, literalmente, contextos e relações mediadoras presentes nas vivências dos indivíduos, que produzem sentido a partir dessas experiências anteriores.

Os mapas propostos por Martín-Barbero (2004; 2009) estão em constante transformação, sendo que em um primeiro movimento sugeria mediações culturais da

comunicação para, em seguida, pensar em mediações comunicativas da cultura, colocando a comunicação como mediadora de todos os âmbitos da vida, juntamente com a cultura e a política, sendo complementar a elas. As primeiras mediações pensadas foram: a) Cotidianidade familiar: convivências e compartilhamentos entre familiares; b) Temporalidade social: momento histórico e grupos em que convivemos, como escola, igreja e trabalho; e c) Competência cultural: raízes culturais e repertórios do sujeito. Ao colocar em centralidade a experiência do sujeito, Martín-Barbero (2009) passa a considerá-lo produtor de significados.

Ao revisitar o caminho metodológico do autor, Immacolata Lopes (2018) ilustra a evolução dos mapas de Martín-Barbero mostrando atualizações nas mediações, que passam a considerar a globalização, a hibridização cultural e novas formas de saberes. Com o pensar as mediações comunicacionais da cultura, as mediações básicas e submediações foram estruturadas em eixos: um diacrônico, ou histórico, de larga duração – que tensionava as Matrizes Culturais (MC) e os Formatos Industriais (FI) –, e outro síncrono – tensionado pelas Lógicas de Produção (LP) em sua relação com as Competências de Recepção ou Consumo (CR). As relações entre as mediações sugerem submediações, como mostrado na Institucionalidade, Socialidade, Tecnicidades e as Ritualidades (MARTÍN-BARBERO, 2004). É visível a plasticidade das mediações conforme o contexto, sendo que o segundo mapa (Figura 4) insere novas relações considerando a sociedade conectada em rede e seus fluxos.

Figura 4: Mapa das Mediações propostos nos anos 1990 e 2010, respectivamente



Fonte 5: LOPES, 2018, p. 17 e p. 19, respectivamente.

O campo privilegiado para pensar as mediações foi por muito tempo o audiovisual, do cinema e da televisão, visto na alegoria do “arrepio epistemológico” de Jesús Martín-Barbero que é o ponto de partida para pensar as mudanças da percepção sensível legadas aos

diferentes contextos vividos pela audiência, a partir da experiência com um filme (ESCOSTEGUY, 2018); ou mesmo na análise da recepção televisiva de Orozco Gómez, que inspirado nos mapas de Martín-Barbero sugere as mediações: 1) Referenciais, 2) Institucionais, 3) Cognitivas, 4) Tecnológicas e 5) Situacionais (OROZCO GÓMEZ, 2005).

Em Orozco Gómez (2005), temos uma síntese interessante e que nos é suficiente para pensar as relações que envolvem os indivíduos e a coletividade com as dinâmicas midiáticas. Podemos transferir a assunção do telespectador como sujeito em situação, que se constitui em processo contínuo de relações e contextos (OROZCO GÓMEZ, 2005), para pensar o espectador e a espectadora de *podcasts*, seja somente em áudio ou em vídeo, também emancipado e imerso em mediações. Cada mediação proposta significa:

1) Mediações referenciais – são tanto as referências culturais como categorias que podemos associar à noção de interseccionalidade (COLLINS e BILGE, 2021). Algumas mediações de referência são o gênero, sexo, etnia, destrezas e capacidades, idade, origem social ou geográfica, que em combinação podem demonstrar limitações ou vivências específicas. Existem, porém, diferentes pesos para as mediações dos sujeitos – aqui incluindo todas as mediações sugeridas por Orozco Gómez (2005).

A produção de sentido que o telespectador [ou, aqui, o/a espectador/a] realiza depende, então, da combinação particular de mediações em seu processo de recepção; combinação que, por sua vez, depende dos componentes e recursos de legitimação, por meio dos quais se realizam cada uma das mediações (OROZCO GÓMEZ, 2005, p. 36).

Orozco Gómez (2005) sugere formas de aplicar tais mediações nas pesquisas científicas, como começando pelas mediações referenciais para encontrar inter-relações e o peso dessas categorias para os indivíduos. As mediações atuam mutualmente e em reflexividade, por isso associamos tais instruções com a ferramenta analítica da interseccionalidade, que muito parece se assemelhar às mediações referenciais do autor, mas que enriquecem seu olhar com a perspectiva do feminismo negro.

2) Mediações institucionais – referem-se às “instituições sociais”, “papéis” e “cenários” (OROZCO GÓMEZ, 2005, p. 34) que envolvem os indivíduos, chamados também de “esferas de significação”, tais como a família, a comunidade, o ambiente escolar e locais religiosos. Ou seja, vivências grupais envoltas de tradições e valores conhecidos por seus membros. O sujeito pode, porém, tanto legitimar tais aspectos como questioná-los.

3) Mediações cognitivas – socialmente estamos sujeitos a normas e costumes historicamente construídos na cultura, que são reforçados nas interações da sociedade.

Pensar o aspecto cognitivo é considerar as formas de “*significação*” dos sujeitos em interação com os meios e entre si, considerando que existe influência do “*consenso cultural* ou institucional” sobre os indivíduos em coletividade (OROZCO GÓMEZ, 2005, p. 32). Aqui incluem-se as condições de capacidades e condicionamentos genéticos, segundo o autor, lembrando que tais influências não definem ou delimitam os sujeitos, que é ativo, têm consciência e reflete tais condições.

4) Mediações tecnológicas – considerando que os meios de comunicação possuem formas de funcionamento e linguagem específicos, que estão sim em transformação, mas que caracterizam programações e estilos, pensar a mediação tecnológica é considerar que “toda linguagem, por mais natural que pareça, incorpora um código que é produto de um critério e de uma orientação determinados” (OROZCO GÓMEZ, 2005, p. 28). Alguns códigos e vestígios são próprios de determinados meios, como podemos ver nas categorias frequentes de estilos de *podcasts* brasileiros, por exemplo (VIANA e CHAGAS, 2021). Podemos pensar, no âmbito da pesquisa, também nos tipos de apelação das *podcasters* para com seus e suas espectadoras, e características próprias dos episódios, nas funções da linguagem, trilhas sonoras e demais vestígios.

5) Mediações situacionais – tais mediações envolvem todas as situações espaço-temporais das vivências cotidianas dos sujeitos. É pensar em que contexto se escutam os *podcasts*, por exemplo: o sujeito escuta de fone? Sozinho ou acompanhado? Enquanto realiza outras atividades? Estes são alguns contextos possíveis que podem atuar na atenção e forma como espectadores e espectadoras recebem e interagem com o que consomem. É importante frisar, porém, que pensar a situação não é somente pensar o tempo imediato deste consumo, como também o “antes” e o “depois” de ouvir um episódio, como a extensão da discussão dos episódios e interações que ocorrem entre ouvintes e *podcasters* em outras redes. Pensar o espectador “em situação” é também o considerar em movimento, transição, momentos mais elásticos do que o simples ligar ou desligar dos meios utilizados para ouvir os *podcasts*. Seria pensar os momentos de vida, estado de espírito, contextos coletivos.

2.3.2 Interseccionalidade

A interseccionalidade está intrinsecamente ligada à experiência estética quando percebemos que existem fatores (limitantes ou não) presentes em nossas vivências e formas de experiência individual e coletiva que são internalizados e provenientes de diversas

frentes. Collins e Bilge (2021) citam quais são essas frentes, ou categorias como chamam, que se atravessam e influenciam os sujeitos de forma complexa.

A interseccionalidade investiga como as relações interseccionais de poder influenciam as relações individuais da vida cotidiana. Como ferramenta analítica, a interseccionalidade considera as categorias de **raça, classe, gênero, orientação sexual, nacionalidade, capacidade, etnia e faixa etária** – entre outras – são inter-relacionadas e moldam-se mutuamente. A interseccionalidade é uma forma de entender e explicar a complexidade do mundo, das pessoas e das experiências humanas. (COLLINS; BILGE, 2021, p. 15-16, grifo nosso)

Em destaque na citação, as categorias interseccionais serviram de base para pedido de acesso aos dados do público ouvinte no *Spotify* dos *podcasts* estudados. As informações podem ser checadas nos anexos A e B. Tais categorias alinham-se com o entendimento da mediação referencial de Orozco (2005), ao pensar interações simultâneas de condições atreladas à identidade dos indivíduos, e como estas condições estão atreladas a opressões, em uma sociedade marcada pelo capitalismo, racismo e o cisheteropatriarcado (AKOTIRENE, 2019).

O termo “interseccionalidade” é criado pela feminista negra norte-americana Kimberlé Crenshaw e apropriado por Carla Akotirene (2019) no olhar para nossa região – de um Atlântico historicamente marcado por migrações e escravidão. No campo da experiência estética, o conceito torna-se essencial:

A perspectiva interseccional é importante na reflexão sobre a experiência estética, pois nos permite pensar na partilha de um **comum estético que se constitui enquanto (re)escritas de comunidades que se organizam enquanto quilombos urbanos**. Como resultante, não há pressuposição de uma unidade, uma vez que a unidade significaria o apagamento da diferença entre as diferenças. Ora, mulheres comungam de certas matrizes de opressão como também de afeto, de sensibilidades, sons, vozes, instrumentação que podem chegar até outras mulheres como uma forma de diálogo político entre semelhantes. **O que a interseccionalidade aponta é que também essa pressuposta igualdade de comum pode ocultar ou hierarquizar opressões** (BARBOSA e CARDOSO FILHO, 2020, p. 4, grifos nossos).

Pensando no âmbito do feminismo negro, Akotirene (2019) aponta para a censura imposta à experiência das mulheres negras, em especial na vivência de marcadores de violência e discriminação ligados a tais categorias interseccionais. Perceberemos, por exemplo, uma constante na discussão da discriminação racial e dos relacionamentos afetivos de mulheres negras no grupo do *Telegram* do *AFETOS*, por exemplo. No livro das *podcasters* Gabi e Karina, há um reforço da influência de tais condições – categorias – em suas vivências. No capítulo sobre a síndrome da impostora, chegam a comentar: “[...] raça é

um fator determinante para o sentimento de inadequação, de não se sentir merecedora” (VIEIRA e OLIVEIRA, 2022, p. 16).

Se historicamente negou-se à mulher negra a existência humana, e a equidade de direitos e tratativa com mulheres em geral, pensar a experiência estética com os *podcasts AFETOS* e *Não Inviabilize* vai se mostrar, no sentido estésico, forma de recobrar o olhar para a sensibilidade da coletividade feminina, principalmente negra, que se estende também na comunidade de ouvintes em sua diversidade. O entrelaçamento, principalmente das categorias de gênero, sexualidade, raça e classe, mostra-se olhar necessário na presente pesquisa na percepção dos tipos de experiências partilhadas pelos ouvintes dos *podcasts Não Inviabilize* e *AFETOS*, que materializaremos no Capítulo 5.

2.3.3 Partilhas sensíveis

Para que a comunicação como experiência estética ocorra, é imprescindível que assumamos os compartilhamentos e partilhas, mais do que de simples transmissões de mensagens. Segundo Picado (2015, p. 164), a “noção de partilha” é necessária para a construção de “uma estética como teoria da sensibilidade e da comunicabilidade dos afetos”. Além de pensar a partilha como diálogo que exige o outro, ela está presente na própria estruturação de coletividades e de visibilidade política, de reconhecimento.

Rancière (2009, p. 15) conceitua a partilha do sensível como um “sistema de evidências sensíveis que revela, ao mesmo tempo, a existência de um *comum* e dos recortes que nele definem lugares e partes respectivas. Uma partilha do sensível fixa portanto, ao mesmo tempo, um *comum* partilhado e partes exclusivas”. O autor põe em questão que partilhas sensíveis falam também sobre quem são estes sujeitos autorizados a ocuparem certos lugares sociais, a terem visibilidade e mesmo serem ouvidos, recebidos. Ao mesmo tempo, são forma de colocar em um ambiente comum os desacordos, a discussão política pelo aparecimento de vozes.

Neste conflito de regimes de sensorialidade, regimes hegemônicos atuam na exclusão da participação política, da expressão de sensibilidades, da ocupação de “lugares e partes” em um comum. Não existe, porém, um comum universal, mas coletividades atravessadas por heranças e condições de raça, gênero e classe, além de outras muitas categorias. Nos diz Rancière (2009, p. 16), que “ter esta ou aquela ‘ocupação’ [...] Define o fato de ser ou não visível num espaço comum”.

O questionamento das normas e posições impostas é possível quando pensamos nossa relação como parte de um comum. “[A] emancipação [...] começa quando se questiona a oposição entre olhar e agir, quando se compreende que as evidências que assim estruturam as relações do dizer, do ver e do fazer pertencem à estrutura de uma dominação e da sujeição” (RANCIÈRE, 2012, p. 17). Ou seja, formas de dominação restringem o pertencimento de indivíduos e coletividades.

Uma vez que possibilitam usos plurais, muitos contra um silenciamento das experiências na mídia hegemônica, percebemos que *podcasts* e seus grupos de recepção colocam em relação a estética, ou a partilha sensível, com a política (RANCIÈRE, 2009), formas de existência e resistência. Em particular nas experiências do *AFETOS*, onde Gabi Oliveira e Karina Vieira constantemente acionam efeitos da interseccionalidade em suas vivências, e das histórias compartilhadas no *Não Inviabilize*, onde Déia Freitas coloca em diálogo as partilhas de seus ouvintes com sugestões e percepções de outros ouvintes da comunidade do *podcast*.

Na experiência intimista e personalizada dos *podcasts*, as produtoras encaram temas a partir de seus “lugares de fala”, o lugar interseccionado que ocupam socialmente. “Pensar lugar de fala seria romper com o silêncio instituído para quem foi subalternizado, um movimento no sentido de romper com a hierarquia” (RIBEIRO, 2017, s/p). Suas partilhas sensíveis expressam, assim, experiências particulares que fortalecem os laços entre produtoras e ouvintes. No contexto do *podcasting*, as formas de sensibilização, solidariedade, construção de confiança, para além de discussões para conscientização, são também políticas (VRIKKI; MALIK, 2019, p. 281).

Em vários momentos, por exemplo, o *AFETOS* enfatiza a necessidade de discutir em contexto compartilhado a “solidão da mulher negra”, condição historicamente construída, em que são criados estereótipos e formas de controle de seus corpos. E mesmo, consideram que “[p]essoas brancas respondem por si, enquanto as negras são cobradas a responder por todo um grupo” (VIEIRA e OLIVEIRA, 2022, p. 49). A *podcaster* Déia Freitas também reforça o rompimento com formas hegemônicas de opressão e exclusão com sua atuação no projeto geral do *Não Inviabilize* e na contação de suas histórias, sem discriminação de gênero, raça, sexualidade ou capacidades. As partilhas nos *podcasts* se estendem então às comunidades criadas no *Telegram*, onde circulam questionamentos e indignações relacionadas a condições de interseccionalidade.

Os espectadores e espectadoras, emancipados nos termos de Rancière, são capazes de perceber a estrutura sociocultural e questioná-la, serem críticos diante de produtos midiáticos e vivências em coletividade. Considerando a comunicação reflexiva entre produtoras e ouvintes, percebemos um “embaralhamento da fronteira entre os que agem e os que olham, entre indivíduos e membros de um corpo coletivo” (RANCIÈRE, 2012, p. 23). Analisar a experiência estética dos ouvintes dos *podcasts Não Inviabilize* e *AFETOS* é compreender esta relação de embaralhamento, de poéticas que criam estéticas e estéticas que criam poéticas, de partilhas significativas de diferentes vivências em comunidade que influem nos *podcasts*, nas reflexões das produtoras e na dos seus e suas ouvintes.

A estética, no pensamento de Rancière (2009; 2012), tem espaço nas formas de questionamentos, desentendimentos e dissensos, que são necessários como potência para transpor barreiras sociais. Nos diz Rancière (2012, p. 59): “[o] que entendo por dissenso não é o conflito de ideias ou sentimentos. É o conflito de vários regimes de sensorialidade. [...] Pois o dissenso está no cerne da política”. O conflito estruturado na partilha sensível tenta avançar os horizontes das relações comuns para promover emancipação. O papel do sujeito como interlocutor é essencial neste projeto, que por sua autonomia e emancipação faz regimes de expressão, de experiência estética, se comunicarem (MARQUES, 2011).

A comunidade de partilha é uma comunidade de experimentação e de tentativas de fazer com que realidades antes não imaginadas ou não associadas ao que é tido como “comum” passem a aparecer e a serem percebidas, mas sem serem incorporadas, subsumidas, transfiguradas ou “normalizadas” (MARQUES, 2011, p. 34).

Em Marques (2011, p. 35), a sugestão de Rancière por uma “comunidade de partilha” constituída dos vínculos entre o comum e as partes, deve considerar formas de subjetivação política que estão ligadas à: a) negação de uma identidade universal fixada, ou rótulos impostos aos indivíduos; b) tentativa de diálogo e sensibilização entre identidades; e c) instauração de um lugar comum para questionamentos. Como dissemos, ambos os *podcasts* possuem grupos no *Telegram* para que seus e suas espectadoras sejam membros ativos, dialoguem entre si e diretamente com as produtoras, onde o compartilhamento de histórias e angústias, conselhos e opiniões é possível. Parece-nos que tais grupos instituem, assim, comunidades de partilha.

2.3.4 Territorializar e criar espaços seguros

Pensar a delimitação em territorialidades, como faremos nos capítulos seguintes, apoia-se na “perspectiva, diante da importância dos afetos e das territorialidades como circunscrições das ambientações comunicacionais” que “além de agenciar vínculos e vivências do comum, [...] em seus aspectos físicos e virtuais, também implica relações de poder em práticas de conectividade, exclusões e barreiras étnico-sociais” (SÁ; AMARAL; JANOTTI JR., 2020, p. 13). Diferenciar as “ambientações comunicacionais” 1) da *poiesis* no contexto das produtoras e dos próprios *podcasts* e 2) da *aisthesis* nas experiências compartilhadas por ouvintes no *Telegram* ajuda a delimitar alguns domínios, mesmo que haja relação dialógica entre eles. Como estratégia metodológica, chamaremos esses domínios – em que atuam as mediações e interseccionalidades – de territórios afetivos.

Uma conceituação de territórios afetivos pode ser encontrada em trabalhos focados na discussão de comunidades negras, como no trabalho de Mariléa de Almeida sobre quilombos, onde define o termo:

[...] o que denomino de território de afeto, entendido como um campo de ação política que se exprime pela manutenção, criação ou redefinição de espaços potencializados para aqueles que vivem nos territórios quilombolas. Territórios de afetos não são definidos pela identidade jurídica quilombola, mas pela relação que se estabelece com o lugar e com aqueles que nele vivem. Trata-se de uma atitude política, que privilegia o uso de saberes como forma de ampliar espaços de subjetivação, constituídos por meio dos deslocamentos de sentidos que essas mulheres realizam em relação aos efeitos das exclusões de raça, de classe ou de gênero que afetam seus corpos e os territórios de suas comunidades. (ALMEIDA, 2021, p. 297-298).

Primeiramente, tratar de feminismo negro, da luta política e de resistência nas diferentes formas de vivências de mulheres negras, por exemplo, está sempre carregado de uma discussão cercada de afetos, do poder da oralidade e dos saberes não acadêmicos, de um contato mais visceral entre indivíduo e coletivo como nos espaços seguros que Collins (2019) sugere. Porém, podemos adaptar tal acepção sem tratar de quilombos, como faz Almeida (2021), mas entender territórios afetivos no sentido de espaços de criação e manutenção de vínculos, de espaços para construção de sentidos e discussões sensíveis, principalmente quando tratando de minorias como mulheres negras e não-negras, da população LGBTQIA+ e de PCD (Pessoas com Deficiência). E mais, procuraremos compreender se tais territórios propostos, dos *podcasts* e dos grupos, são também campos de ação política.

Em se tratando de um primeiro território afetivo, os *podcasts* de mulheres, vale considerar o que Collins (2019, p. 185) chama de uma “esfera de discurso relativamente seguro”, lugares onde há resistência de mulheres negras, “locais privilegiados de resistência à objetificação como o Outro”. Na sua concepção, tais lugares são criados no contato entre mulheres negras, como espaços para autodefinição, e exemplifica, podendo ser nas relações familiares, institucionais, na igreja, na comunidade etc. Tal perspectiva nos leva a pensar: Será que tais *podcasts* se fazem locais seguros para tais discussões e resistências? E os grupos no *Telegram*, seriam também espaços seguros para a partilha de experiências por seus membros? Os espaços seguros, para Collins (2019), são livres de vigilância, para elaboração de alternativas à dominação.

Historicamente, os lugares seguros eram “seguros” porque ali nós, mulheres negras, podíamos tratar livremente de questões que nos diziam respeito. Por definição, tais espaços se tornam menos “seguros” se compartilhados com pessoas que não são negras nem mulheres. Os espaços seguros das mulheres negras [...] constituem um mecanismo dentre muitos destinados a promover o empoderamento das mulheres negras e nos capacitar para participar de projetos de justiça social. Estrategicamente, os espaços seguros dependem de práticas excludentes, mas seu objetivo geral é uma sociedade mais inclusive e justa. (COLLINS, 2019, p. 199-200).

Em avaliação sobre o feminismo negro na podosfera, Aldenora Cavalcante (2022) considera que o espaço sonoro criado no *podcast AFETOS* por Gabi e Karina, dos episódios e da produção independente dessas mulheres negras, e os *podcasts* de mulheres de maneira geral, podem ser considerados espaços seguros, de possibilidade de construção de narrativas. Segundo Aldenora, *podcasts* independentes “possibilita[m] a construção de redes de afeto e um espaço seguro para que grupos marginalizados, incluindo mulheres negras, possam utilizá-lo para compartilhar suas vivências, e tem como principais consequências a potencialização, a união e o fortalecimento de comunidades” (HACK, 2022, s/p).

É importante considerar o peso do contexto sobre o qual escreve Collins (2019), sobre a luta feminista negra nos Estados Unidos contra imagens de controle, formas de opressão e dominação sobre as mulheres negras. É estratégico, como ela diz, que sejam espaços delimitados, ou “excludentes”, e acreditamos que as comunidades virtuais como os grupos do *Telegram* do *AFETOS* e *Não Inviabilize*, que possuem regras de convivência, são constituídas como esses espaços pela semelhança de gostos – estão ali porque gostam do *podcast*. Não se trata de haver consenso entre os membros, mas de ao adentrarem nesses territórios se proporem a seguir as condições da comunidade, mas serem livres para partilharem histórias e opiniões.

Os combinados ou regras desses grupos enfatizam o respeito e gentileza. Por exemplo, em comentário da Karina fixado no grupo do *AFETOS* no *Telegram*, de 30 de agosto de 2020:

Olá meninas e meninos! Oi gente! Esse é o grupo do AFETOS Podcast! Aqui iremos divulgar os temas em primeira mão, as novidades que acontecerão com o podcast e também receberemos as sugestões de vocês para os próximos episódios! Elogios, críticas e puxões de orelhas são nem [quis dizer “bem”] vindos, desde que com responsabilidade e respeito. Esse é um espaço para ficarmos mais próximas. Seja bem vinda (o).

Ao fixar os valores de “responsabilidade e respeito”, Karina reforça a ideia de uma segurança no compartilhamento de mensagens entre os membros do grupo. mesmo usando as duas formas de se referir ao gênero, no feminino e no masculino, ao se referir a “ficarmos mais próximas” percebemos uma marca de que ali o público é majoritariamente constituído por mulheres.

Já no grupo do *Não Inviabilize*, com um maior número de membros e por isso tendo maior necessidade de organização do que pode ser partilhado naquele espaço, as instruções ficam disponíveis no comando “#regras”. Ao digitar a *hashtag* o membro recebe a seguinte mensagem:

Atenção às regras do grupo: 1. Se alguém do grupo te importunar com mensagens privadas ou mesmo em mensagens dentro do grupo, avise o moderador imediatamente! 2. A Déia não responde mensagens privadas. 3. É proibido postar propaganda, vendas, vakinha, qualquer tipo de apelo. 4. As histórias são recebidas somente por escrito no e-mail: naoinviabilize@gmail.com, não recebemos histórias em áudio, somente texto. 5. Comentários ofensivos levam ao banimento. 6. Não publique seus dados pessoais em hipótese alguma (redes sociais, endereço, telefone, e-mail etc). 7. Não comente suas histórias pessoais no grupo, caso tenha uma história para compartilhar, nos envie por e-mail: naoinviabilize@gmail.com. 8. Se a sua história foi contada no podcast, para sua segurança e privacidade das outras pessoas envolvidas na sua história, você não poderá revelar sua identidade no grupo. 9. Os links de histórias recebidos no site apoia.se/naoinviabilize são exclusivos para assinantes e não devem ser compartilhados. 10. Todas as histórias possuem uma hashtag específica para facilitar a visualização das respostas e a interação no grupo, mensagens com hashtags erradas são apagadas pelo bot. As hashtags ficam sempre na descrição e na capa do episódio. 11. Colabore comentando apenas aqui no grupo, não comente no mural do apoia.se ou no aplicativo do SoundCloud. 12. Como são muitos participantes, temos um filtro bloqueando textão. 13. O grupo fecha na quinta-feira às 19 horas e abre novamente na segunda-feira às 9 horas da manhã. 14. Você pode ouvir as histórias no nosso site: <https://naoinviabilize.com.br>. 15. Se puder, assine o <https://naoinviabilize.com.br/assine/> e contribua para que o podcast continue funcionando. 16. Dúvidas? Chame um @admin para tirar suas dúvidas no privado.

A exclusão e banimento de comentários ofensivos, o resguardo pelo anonimato dos personagens das histórias contadas no *podcast*, e mesmo outras marcas nos próprios episódios quando, por exemplo, Déia pede gentileza de seu público para comentar os conteúdos no *Telegram*, demonstram que também o *Não Inviabilize* busca uma ambientação segura e afetiva para as trocas.

Em conclusão, Collins (2019, p. 201) acrescenta que “[...] os espaços seguros são livres da vigilância de grupos mais poderosos. Tais espaços liberam as mulheres negras da vigilância e ao mesmo tempo lhes oferecem condições para autodefinições independentes”. A produção independente dos *podcasts* e a formatação dos grupos de ouvintes retira de vista estas esferas poderosas, dando espaço para as discussões ocorrerem mais livremente.

2.3.5 Afeto e comunidades afetivas

Tais territórios podem, ou não, constituir-se em comunidades afetivas, o que é diferente de pensar o conceito de comunidades de partilhas, onde regimes de sensibilidades podem se encontrar e se chocar, mesmo sem necessariamente alterar a realidade. Para compreender se são constituídas comunidades de afetos, passamos primeiro pela discussão sobre os afetos na comunicação midiática.

Especialmente em Muniz Sodré (2016) temos a discussão sobre o que são afetos e estratégias sensíveis. O afeto está para o sentido de afetar, que envolve uma “mudança de estado e tendência para um objetivo, provocados por causa externa”, diferente de uma noção de “afetividade”, que dá a impressão da positividade da afeição, “define-se por um estado de choque ou de perturbação na consciência” (SODRÉ, 2016, p. 28). Os afetos são interseccionados, na medida em que existem “vieses” nas formas e razões como emoções são sentidas. É o que nos mostram Vieira e Oliveira (2022, p. 45) quando dizem que “[a] insegurança se apresenta de formas distintas nas pessoas negras [...]”.

Assim como as *podcasters* do *AFETOS*, por exemplo, tratam de afetos no sentido de serem afetadas, dos sentimentos e experiências envoltos de vivências relacionadas a condições interseccionais, de sua formação familiar, gênero, raça e classe, podemos pensar que suas e seus ouvintes não só absorvem o que é narrado passivamente, mas se “afetam” e buscam afetar o outro. Ou seja, são tocados e muitas vezes agem a partir da sensação que tiveram, a exemplo do compartilhamento e debate de experiências no grupo do *Telegram*.

Essa intenção da partilha com o outro, com uma coletividade, enquadra-se em entender o afeto como ação no sentido de afetar a sensibilidade do outro (SODRÉ, 2016), o que não quer dizer que a ação almeje um consenso comum, mas que coloca em “tensão” os dissensos. A discussão sobre os afetos é relevante na medida em que, como nos dizem Marques e Martino (2015, p. 38): “fazer uma experiência implica sair de uma posição de passividade (mas não de passibilidade) para construir uma reação consciente diante daquilo que nos afeta”.

Sodré (2016, p. 27-28) complementa que o afeto “implica tanto para o corpo quanto para o espírito um aumento ou uma diminuição da potência do agir”. Não está restrito a abstrações psíquicas, mas sensações e modulações no corpo. O tom de voz ou momentos de silenciamento são exemplos dessas modulações, que dependem do contexto situacional, e são por isso transitivas. Tornam-se, assim, *estratégias sensíveis*, que são “jogos de vinculação dos atos discursivos às relações de localização e afetação dos sujeitos no interior da linguagem” (SODRÉ, 2016, p. 10).

Ao destacarmos o sentido de afetação, enfatizamos o cerne do problema da pesquisa que trata das sensibilidades e como, permeadas por produtos midiáticos no cotidiano, surgem relações de compartilhamento de emoções e experiências entre ouvintes de *podcasts*, de forma a atingir a sensibilidade no contato com o outro. Ao olharmos para as comunidades de ouvintes criadas pelas *podcasters*, cabe entender o significado gerado pelas interações e criação de vínculos nesses grupos. Para Rancière (2014, p. 11), uma comunidade é uma “maneira de ocupar um lugar e um tempo, como o corpo em ato oposto ao simples aparato das leis, um conjunto de percepções, gestos e atitudes que precede e pré-forma leis e instituições políticas” (RANCIÈRE, 2014, p. 11).

Já nos termos de Parret (1997) “[a] comunidade afetiva é, de fato, um estar-em-comunidade” (PARRET, 1997, p. 196). Uma comunidade afetiva é um lugar temporalizado, de fusão entre social e sensível. Esse modo de ser *aesthetico* em comunidade, como Marques (2011) marca no pensamento de Parret, envolve os indivíduos para além dos processos argumentativos, mas suas performances. O sujeito em comunidade se associa “quando o sensível se entrelaça ao social. Ou seja, quando experiências estéticas são capazes de tornar possíveis novas formas de vida dentro do registro social de um comum” (MARQUES, 2011, p. 32). A possibilidade de novas formas de vida está sustentada em ações políticas, e para isso é necessário o *sensus communis*, em que cabe a eufonia, um acordo entre vozes e sentimentos (PARRET, 1997).

Paiva e Gabbay (2017, p. 166) também buscaram formas de conceituar comunidades afetivas:

[...] a *comunidade do afeto* faz sentido se entendida como efeito inventivo da aglutinação comunitária. Ou seja, à formação de agrupamentos ligados pelos laços de afeto e estabelecidos em bases comunicacionais alternativas segue-se a geração de novos modos de expressão e novas formas de relação com o tempo, com o território e com os mecanismos comunicacionais em si.

Em suma, comunidades constituídas por vínculos afetivos são diferentes daquelas formadas por laços como familiares e territoriais, ainda mais em se tratando de comunidades de ouvintes que existem graças à internet, onde o encontro ocorre de forma virtual. Comunidades de afetos são constituídas também pelo contexto social, localizadas temporalmente (PARRET, 1997), e nos casos observados, o eixo sustentador da participação de pessoas nos grupos no *Telegram* é, justamente, a fruição dos *podcasts AFETOS* e *Não Inviabilize*. Este é um exemplo das “novas maneiras de estar juntos”, como aborda Martín-Barbero (2004, p. 322), maneiras “cuja ligação não provém nem de um território fixo nem de um consenso racional e duradouro, mas da idade e do gênero, dos repertórios estéticos e dos gostos sexuais, dos estilos de vida e das exclusões sociais”.

Capítulo 4

PRIMEIRO TERRITÓRIO AFETIVO: como *podcasters* convocam o ouvinte

O presente capítulo apresenta o contexto dos *podcasts AFETOS* e *Não Inviabilize*, e suas *podcasters*, considerando interseccionalidades que as envolvem como mulheres pretas, produtoras de conteúdo na internet. Ao final, avaliamos trechos de episódios dos *podcasts* que nos deem pistas de como essas mulheres acolhem, convocam e interpelam os e as ouvintes em seus programas. Buscamos perceber como promovem uma escuta hospitaleira e acolhedora. Assim, observamos também marcas da experiência dos ouvintes antes, durante e depois da publicação dos episódios, considerando os espaços de trocas no *Telegram*.

Durante o primeiro trimestre de 2023, de janeiro a março, acompanhamos a publicação de episódios de cada um dos *podcasts* na plataforma do *Spotify*. Ao todo, foram 10 episódios lançados pelo *AFETOS podcast*, de Karina Vieira e Gabi Oliveira, e 47 pelo *Não Inviabilize* de Déia Freitas (Tabela 2). A partir desta amostra, afunilamos o olhar para episódios em que o(s)/a(s) ouvinte(s) aparece(m) de forma mais expressiva, indiretamente ou mesmo diretamente, com sua própria voz.

Tabela 2: Episódios lançados no período de janeiro a março de 2023, numerados por data

1º trimestre de 2023	<i>AFETOS</i>	<i>NÃO INVIABILIZE</i>
Janeiro	27 – QUEM A GENTE QUER SER EM 2023? – AFETOS # 174	9 – CORDÃO (Mico Meu) 12 – DESAMPARO (Picolé De Limão) 16 – CORNO (Picolé De Limão) 16 – DR. REQUEIJÃO (Mico Meu) 16 – PERFORMANCE (Pimenta No Dos Outros) 19 – ACAMADA (Picolé De Limão) 19 – FAXINA (Mico Meu) 23 – PLASTICO (Luz Acesa)

		<p>23 – PEIDINHO (Picolé De Limão)</p> <p>26 – DERRAME (Picolé de Limão)</p> <p>26 – GALINHO DO TEMPO (Luz Acesa)</p> <p>30 – COROA (Picolé de Limão)</p> <p>30 – GERSON (Pimenta No Dos Outros)</p>
Fevereiro	<p>2 – AUTOSSUFICIÊNCIA – EU NÃO ME BASTO – AFETOS #175</p> <p>9 – O NÃO SABER – AFETOS #176</p> <p>16 – IRMÃOS, FILHOS E PAIS. PART ELISAMA SANTOS #177</p> <p>24 – AFETOS TE AJUDA – PART. NÃO INVIABILIZE #178</p>	<p>2 – NARCISA (Picolé De Limão)</p> <p>6 – PAPEL HIGIÊNICO (Picolé De Limão)</p> <p>7 – ANIVERSÁRIO (Picolé De Limão)</p> <p>7 – LAÇOS – PARTE 1 (Picolé De Limão)</p> <p>7 – PROFESSOR – PARTE 1 (Amor Nas Redes)</p> <p>8 – LAÇOS – PARTE 2 (Picolé De Limão)</p> <p>8 – PROFESSOR – PARTE 2 (Picolé de Limão)</p> <p>9 – LAÇOS – PARTE 3 (Amor Nas Redes)</p> <p>9 – PROFESSOR – PARTE 3 (Picolé De Limão)</p> <p>13 – RISONHO (Picolé De Limão)</p> <p>16 – TONTA (Picolé De Limão)</p> <p>16 – FLUP (Pimenta No Dos Outros)</p> <p>20 – NHAC (Pimenta No Dos Outros)</p> <p>23 – A PILOTO (Picolé De Limão)</p> <p>23 – PELÚCIA (Amor Nas Redes)</p> <p>27 – DESAPARECIDO (Picolé De Limão)</p> <p>27 – JORGINHO (Luz Acesa)</p>
Março	<p>3 – BURNOUT – AFETOS #179</p> <p>9 – FEITO É MELHOR QUE PERFEITO – AFETOS #180</p> <p>16 – INTUIÇÃO – AFETOS #181</p> <p>23 – VIOLÊNCIA DE GÊNERO – AFETOS #182</p> <p>30 – AFETOS TE AJUDA – PART. NÃO INVIABILIZE #183</p>	<p>2 – SE LIGA (Picolé de Limão)</p> <p>2 – VOLTEI (Luz Acesa)</p> <p>2 – REALIDADE (Amor Nas Redes)</p> <p>6 – LUA DE MELDA (Picolé De Limão)</p> <p>9 – RIBANCEIRA (Mico Meu)</p> <p>13 – SANTUÁRIO (Picolé De Limão)</p> <p>16 – GRUTA (Picolé De Limão)</p> <p>20 – RASTEIRA (Picolé de Limão)</p> <p>23 – PICOLÉ (Picolé de Limão)</p> <p>23 – GORDA (Amor Nas Redes)</p> <p>23 – GRANDES LÁBIOS (Pimenta No Dos Outros)</p> <p>27 – MATA FECHADA (Picolé De Limão)</p> <p>27 – NEBLINA (Luz Acesa)</p> <p>27 – ONG (Amor Nas Redes)</p> <p>30 – CHURRASCO (Picolé De Limão)</p> <p>30 – MÃE (Luz Acesa)</p> <p>30 – AJOELHOU TEM QUE REZAR (Pimenta No Dos Outros)</p>

Fonte 6: Spotify, organizado pela autora.

Como observado, a produção do *Não Inviabilize* é extensiva, o que condiz com este ser o trabalho foco da renda de Déia. O *podcast* ainda é dividido em diferentes quadros

temáticos, sendo a grande maioria do quadro *Picolé de limão* (25 episódios – 53%, mais da metade da programação), e os demais bem distribuídos: 4 episódios do *Mico meu*, 6 de *Pimenta no dos outros*, 6 *Luz acesa* e 6 *Amor nas redes*³². Já o *AFETOS* não é o único trabalho, nem exclusiva fonte de renda, de Karina e Gabi. Além disso, são poucas as vezes em que recebem convidadas, como no caso da médica e escritora Elisama Santos e no único quadro fixo que possuem, o *AFETOS te ajuda*, com participação da *podcaster* Déia. Aqui, a proposta de ambos se encontra na intenção de dar opinião e fazer comentários sobre histórias enviadas por seus e suas espectadoras.

A narrativa do *AFETOS* e do *Não Inviabilize*, porém, são diferentes. Enquanto no *AFETOS* temos duas apresentadoras que discorrem sobre um assunto central, guiadas por histórias pessoais, em uma espécie de roteiro aberto, que se encaixa na categoria “Debate” e tangencia também o “Relato” (WINTER e VIANA, 2021); no *podcast Não Inviabilize* cada episódio contém uma crônica sobre uma história real – uma narrativa com começo, meio e fim – em formato de contação de histórias. Neste sentido, podemos encaixar este *podcast* na categoria de “Narrativas da realidade” (VIANA e CHAGAS, 2021). Tais são os formatos preferidos pelos brasileiros.

Nos dois casos, porém, ocorre uma conjunção de vozes, entre as apresentadoras e com participação dos e das ouvintes direta ou indiretamente. A construção por múltiplas participações de indivíduos, na concepção dos roteiros e na finalização dos episódios, ajuda a criar uma ambientação de pertencimento. Vrikki e Malik (2019, p. 277), no contexto inglês, consideram que “[a] típica multiplicidade de vozes em um podcast e sua base em áudio podem fazer as vozes de produtor(es) e convidado(s) difíceis de discernir, criando o senso de um meio que é menos sobre a voz individual e mais sobre a discussão grupal”³³. Podemos estender esse entendimento para pensar que esses *podcasts* carregam em si significado coletivo, mais do que de simples transmissão individual de informações.

Para demonstrar tais aspectos, trazemos a intenção de sinalizar marcadores presentes na oralidade das apresentadoras, influenciadas por vivências interseccionadas (COLLINS e BILGE, 2020; AKOTIRENE, 2019) e diferentes mediações (OROZCO GÓMEZ, 2005), como formas de reafirmar posicionamentos sensíveis e políticos, de existência e resistência.

³² Consideramos apenas os quadros previstos na descrição do programa de forma gratuita, excluindo conteúdos exclusivos para assinantes como o quadro “Minhas coisinhas”, e quadros especiais sazonais, como “Férias na zona cinza” e “Férias na zona morta”.

³³ Original: The typical multiplicity of voices on a podcast and its audio basis can make the voices of host(s) and guest(s) difficult to discern, creating a sense of a medium that is less about the individual voice and more about the group discussion.

O que chamamos aqui de território afetivo está no limiar entre *podcast* e produtoras, que envolve uma hipertextualidade de suas interações em outras mídias sociais e que fazem referência a seus produtos em áudio. Dessa forma, seguimos com breves apresentações sobre as produtoras de ambos os *podcasts* e seus programas, para em seguida observarmos estratégias sonoras que atingem os e as espectadoras, e que pode gerar compartilhamentos posteriores nos grupos do *Telegram*.

3.2 *Podcasters* Gabi Oliveira e Karina Vieira

Os contextos que envolvem as *podcasters* Gabi Oliveira e Karina Vieira são relevantes no pensar o que propõem com o *podcast*, e como suas vivências estão presentes em suas partilhas, influenciando os conteúdos, mas também atingindo o público de forma mais ampla, ao também conhecerem as produtoras em diferentes mídias. Ambas são cariocas e se conheceram no contexto de discussão sobre o feminismo negro. Karina fez parte de diversos coletivos de mulheres negras, dentre eles o *Meninas Black Power*, responsável por convidar a influencer Gabi em um de seus eventos no Rio de Janeiro. Dessa forma, se conheceram e começaram a relação de amizade que nutrem até hoje. Cada uma tinha a intenção de produzir *podcast*, vontade que culminou na criação em conjunto do *podcast AFETOS* (VIEIRA, 2022).

Gabi Oliveira³⁴ é comunicadora formada em Relações Públicas pela UERJ – Universidade do Estado do Rio de Janeiro, primeira universidade do Rio de Janeiro a possuir cotas raciais. Após o término do curso, passou a tratar de questões raciais na internet, tornando-se criadora de conteúdo digital, *youtuber* e ativista. Gabi tinha a vontade de trabalhar no ramo da política e isso se entendeu em sua militância sobre questões raciais, principalmente no que tange a autoestima da mulher negra (NOSSA TRAJETÓRIA, 2019). Gabi adquiriu grande visibilidade com seu trabalho na internet, estando entre os top 3 da *Academia iBest 2022* e entre os top 10 em 2021 como agente de destaque em *Diversidade e Inclusão* nas redes.

³⁴ Instagram [@gabidepretas](#), canal no Youtube [@GabiDePretas](#), Twitter [@depretas](#).

Figura 5: Gabi Oliveira, em publicação sobre seu livro com Karina Vieira *Cartografia dos afetos*



Fonte 7: [Instagram](#) (03/12/2022).

Assim como Karina, Gabi viveu a ausência da discussão de questões raciais durante sua formação, com exceção de sua vivência como mulher negra estudante cotista. Ambas, porém, trouxeram tais discussões para seus cursos. Em episódio sobre a formação acadêmica das produtoras, apesar de considerar a universidade como um “espaço rico pra entender diversas trajetórias de pessoas”, Gabi explica: “Eu não tive muito contato com [...] as discussões sobre questões raciais dentro da universidade, mas por um processo pessoal eu consegui trazer isso pra universidade. Processo pessoal esse que foi de transição capilar” (NOSSA TRAJETÓRIA, 2019, 6’39 - 6’55’’).

Durante sua monografia, adentrou na temática por meio de *blogs* como o *Geledés* e *Blogueiras Negras*, e logo conheceu bibliografias específicas como Lélia González, Sueli Carneiro, Abdias do Nascimento e Neuza Santos de Souza (NOSSA TRAJETÓRIA, 2019). “Fiz pesquisa sobre o papel das redes sociais na valorização da estética da mulher negra, e nessa pesquisa eu percebi o quanto esse movimento de transição capilar estava reascendendo a chama das discussões raciais no Brasil.” (NOSSA TRAJETÓRIA, 2019, 18’32’’- 18’44’’). Outra problemática que Gabi levanta é “um peso colocado em cima das pessoas negras” (NOSSA TRAJETÓRIA, 2019, 25’31’’) para que sejam militantes das questões raciais representando um grande grupo, os das pessoas negras, um peso que não existe sobre

peças brancas. Mesmo assim, defende: “você pode ser a pessoa que puxa a outra” (NOSSA TRAJETÓRIA, 2019, 26’).

Gabi mantém canal no *Youtube*, inicialmente o *De Pretas* renomeado para *Gabi Oliveira* ([@GabiDePretas](#)) voltado à troca de experiências com o público feminino negro. O canal é o meio que a tornou mais conhecida, onde trata de assuntos diversos desde o início, com maquiagem, cabelo crespo e moda, até discussão sobre formas de discriminação, relações familiares, militância e maternidade. A troca de experiências com o público já era uma intenção do trabalho de Gabi desde o começo. A visibilidade de pessoas negras sempre foi chave de seu trabalho nas mídias sociais, e no *podcast AFETOS* isso se mantém com convidadas e citações de trabalhos de pessoas negras. Atualmente, Gabi compartilha sua experiência como mãe solteira de dois filhos adotados, também negros. Desde a adoção, a maternidade vem sendo um assunto cada vez mais presente no *podcast*.

As experiências familiares de Gabi e Karina se diferem. Gabi provém de, e construiu, uma família “monorracial”, em contato com familiares negros que incentivavam sua adesão a causas sociais por meio de vivências de bairro e religião. Sua família já a incentivava a valorizar-se e ocupar espaços como pessoa negra (NOSSA TRAJETÓRIA, 2019). Já Karina é de família “interracial”, explicitada na relação entre a mãe negra e a família do pai branco, com quem não possui um bom relacionamento (KARINA e GABI, 2022). Os casos de racismo sofridos por sua mãe marcam sua narrativa e frequentemente nos episódios ela exalta que uma de suas maiores heranças maternas é o gosto por partilhar momentos coletivos, de fartura e disposição a ajudar o próximo.

Karina Vieira³⁵ graduou-se em Comunicação Social com habilitação em Publicidade na UCB – Universidade Castelo Branco, com bolsa integral. Sua experiência foi diferente, entrando mais tarde, aos 28 anos, no curso noturno, enquanto trabalhava de dia. Karina não conviveu com colegas negros e considera ter tido uma vivência solitária na faculdade. Ela chega a dizer que a faculdade particular “se coloca alheia às questões sociais e as questões sócio raciais, por assim dizer” (NOSSA TRAJETÓRIA, 2019, 11’02’’- 11’08’’) e era ela quem trazia a temática constantemente em sua trajetória no curso.

³⁵ Instagram [@k_rinamor](#); Twitter [@K_rinaVieira](#).

Figura 6: Karina Vieira, em publicação que mostra a importância do afeto em sua trajetória



Fonte 8: [Instagram](#) (26/01/2023).

Karina teve poucos professores negros, e junto de um deles desenvolveu pesquisa sobre imagens positivas e estereótipos da mulher negra na publicidade. Suas referências, porém, não vieram do ambiente acadêmico, mas de sua experiência com coletivos negros. Seu contato com a discussão sobre raça também teve início com a transição capilar, e com estudos sobre relações raciais enriqueceu seu arcabouço teórico principalmente de mulheres negras. “Particpei de um grupo de estudos [...] que a gente discutia texto do Steve Biko e do Abdias do Nascimento no meio da praça [de alimentação do shopping Carioca na zona Norte do Rio de Janeiro]” (NOSSA TRAJETÓRIA, 2019, 10’02’’- 10’17’’).

Karina conta que participar de coletivos de mulheres negras a deu subsídios psíquicos para continuar a faculdade, além de repertório em bibliografia negra. Tal questão foi uma dificuldade na conclusão de curso, já que suas leituras não eram reconhecidas. Ela critica as visões distorcidas sobre a racialidade no Brasil que teve de refutar no curso:

Eu só não tirei dez porque eu não citei Gilberto Freyre na monografia, e eu falei que eu me negava, eu me recusei a citar, e aí como resposta eu tive que embasar minha recusa em Sueli Carneiro e na Lilian Schartzwz – que é uma mulher branca, mas que fala de identidade nacional brasileira –, dizendo que o ‘mito da democracia racial’ que o Gilberto Freyre aclamava na obra dele na verdade tinha sido negado e desmistificado pela Sueli Carneiro e pela Lilian Schartzwz. (NOSSA TRAJETÓRIA, 2019, 27’24’’-28’).

Por fim, seu trabalho gerou a oportunidade de bolsa de pós-graduação em Gestão de Políticas Sociais na mesma universidade, na qual criou um grupo de estudos sobre relações raciais e realizou pela primeira vez seminário sobre o tema.

Karina levanta a questão de se evitar a noção de “contranarrativas” quando se trata da imagem de pessoas negras, e que prefere, baseada em Grada Kilomba, a ideia de trazer “novas narrativas” (NOSSA TRAJETÓRIA, 2019). “Se as histórias de pessoas negras são contadas há muito tempo a partir da escassez, a nossa tentativa é contá-las a partir da abundância, falar daquilo que transborda a gente, não do que falta, do que nos foi tirado” (VIEIRA e OLIVEIRA, 2022, p. 54). É neste sentido que criam suas próprias narrativas no *podcast* pelo reconhecimento da diversidade; um contraponto, ou forma de solução, para as elaborações sobre opressão e discriminação em Djamila Ribeiro (2017) e Akotirene (2019), que mostram como a intersecção entre ser mulher e negra coloca tal identidade como um “outro” não reconhecido e valorizado. Não é o que vemos neste *podcast*, mas o inverso.

Karina já foi livreira, consultora de comunicação do Fundo pela Equidade Racial – Baobá e diretora de comunicação da AUR. Desde fevereiro de 2022, é redatora no *Não Inviabilize*, função que acumula sendo apresentadora, redatora, roteirista e *social media* do *AFETOS* desde o início do programa. Em seu perfil no *Instagram*, logo em sua apresentação, parece sintetizar o aprendizado com sua mãe e o que buscam com o *AFETOS*: “Quem divide o que tem é quem vive pra sempre”, um reforço da importância de realizar partilhas, compartilhamentos.

Ambas as *podcasters* já se apresentaram em palestras no *TEDxTalks* – organização de conferências para disseminação de ideias diversas. Karina, em 2017, sobre a descolonização do pensamento, inspirada em Grada Kilomba e Chimamanda Adichie, ao provocar o público a conhecer produtos e saberes negros, indígenas e de outras origens que não somente europeias, defendendo o poder das minorias contarem suas próprias histórias para enfrentar estereótipos negativos que as invisibilizam. Buscamos nesta linha, e aqui usamos suas próprias palavras em reforço, “abrir espaço para outras vozes, é abrir espaço pra outras pessoas falarem, pra outras pessoas falarem das suas histórias” (TEDXTALKS, 2017, 12’24’’-12’29’’). Já em 2018, Gabi pareceu complementar a discussão da colega, ao discutir as imagens negativas criadas sobre pessoas negras e a necessidade de novas narrativas, enfatizando a importância de construir novos olhares.

Apesar das diferentes formações acadêmicas, familiares e socioculturais em geral, Karina enfatiza que é na dissemelhança que o debate se enriquece. No *podcast*, no encontro

com Gabi, promovem discussões que valorizam a pluralidade, a discordância, os dissensos, como formas de acrescentar, somar, e não subtrair e excluir. No livro *Cartografia dos Afetos*, afirmam: “A gente gosta muito do conceito de compartilhar informações, de estender os conhecimentos a que tivemos acesso para as pessoas que nos cercam” (KARINA; OLIVEIRA, 2022, p. 141). Compartilhar, para as autoras, é uma maneira de intervir na realidade do outro, transformar, mudar algo em sua vida. Ou seja, seu trabalho de está intimamente ligado à potência do afeto, no sentido de afetação. Elas sintetizam que a comunicação tem poder transformador, o que se estende ao *podcast*, e principalmente sugere aderência à ideia de comunicação sensível, não anestesiante (BARROS, 2017). “Como ativistas e comunicadoras, nós acreditamos na potência transformadora do ser humano e que isso pode ser feito através do diálogo.” (VIEIRA e OLIVEIRA, 2022, p. 151).

Como pudemos ver, ambas levam às discussões mais informais do *podcast* os sentidos de potencial político transformador e do acolhimento do outro. A escolha da mídia sonora, inclusive, toma por base a concepção de Karine e Gabi de que a oralidade é forma de compartilhamento de saber, um fator marcante no pensamento feminista negro de valorização de formas outras de conhecimento (VIEIRA e OLIVEIRA, 2022).

3.3 AFETOS podcast

A criação do *podcast* é permeada por uma plasticidade. Logo no primeiro episódio, Gabi comenta na gravação que o nome do programa ainda não havia sido escolhido. Quando disponibilizado, a escolha por *AFETOS* foi sugestiva, com os primeiros cinco episódios dedicados à discorrerem sobre sentimentos: “já começamos falando sobre aquilo que nos move, mesmo que de forma subjetiva” (AFETOS, 2022). “Insegurança” (primeiro episódio, de junho de 2019), “Felicidade”, “Raiva”, “Medo” e “Amor” foram debatidos para iniciar o programa. É esta mistura de afetações que inspira o nome do *podcast*.

Em 2019, tinha muita gente fazendo *podcast*, mas não tinha, pelo menos, no nosso radar, nenhum *podcast* que falasse das coisas que a gente queria ouvir: a subjetividade dos seres humanos e a pluralidade dos corpos negros. E foi nesse mote que a gente começou a fazer o primeiro episódio. Eu estava muito insegura para gravar e a Gabi me encorajou: ‘Porque não falamos, então, exatamente sobre insegurança? Esse projeto é pensado para falarmos exatamente sobre nossos sentimentos e angústias’. Depois de entender o caminho que queríamos trilhar, decidimos que o nome seria *Afetos*, já que abraçam os sentimentos ‘positivos’ e aqueles considerados ‘negativos’, mas que nos movem de alguma forma (VIEIRA, 2022, s/p).

No *Spotify*, a descrição é que no *podcast* “falamos [Karina e Gabi] sobre tudo que nos afeta, aproximando pessoas por meio do que nos sensibiliza” (AFETOS, 2022, s/p). Como visto, existe um jogo com o nome dado ao *podcast* e a escolha do primeiro episódio sobre insegurança e exposição de si. Afetar-se exige abertura e vulnerabilidade frente aos outros. “Ao mostrarmos às nossas seguidoras que temos fragilidades, ao revelar quais são as nossas vulnerabilidades, elas [outras mulheres] se identificam e não se sentem tão sozinhas com as próprias questões” (VIEIRA e OLIVEIRA, 2022, p. 38).

Ainda assim, apesar de no *AFETOS* as produtoras narrarem suas próprias histórias marcadas por serem mulheres negras, a proposta do programa não é discutir somente questões feministas negras ou ser restritamente voltado para mulheres, e sim para uma diversidade de ouvintes. Elas buscam possibilitar novas perspectivas sensíveis aos seus/suas ouvintes, e associam o *podcast* a um espaço de compartilhamento de esperanças e busca pela cura.

Apesar de existir há alguns anos, o programa adquiriu destaque principalmente nos últimos dois anos. Em 2022, foi um dos indicados no evento *Potências! O Prêmio do Agora*³⁶ na recém-criada categoria *Podcast do Ano*. Fizeram parte dos indicados os *podcasts* *Projeto Querino*, *Podpah* e o ganhador do prêmio, *Mano a mano, podcast* do Mano Brown, criado em 2021. Como vão discutir outras autoras e *podcasters* (HACK, 2022), talvez o destaque dado à produção masculina não seja acidental, mas reflexo das marcas de uma podosfera excludente, mesmo em se tratando de homens negros.

Segundo dados do *Anchor* (ANEXO 1), o *AFETOS* conta com 12.280 mil espectadores e espectadoras, sendo que a plataforma preferida para a escuta dos episódios é o *Spotify* (84% dos/das ouvintes). O programa atingiu um público com características semelhantes às das produtoras, visto que a maior parcela da audiência é composta por mulheres (85%), sendo 12% ouvintes homens, menos de 1% não binários e 2% não especificaram. A faixa etária se concentra nas/nos ouvintes de 23 a 34 anos, segundo a porcentagem: 19% entre 18 a 22 anos; 36% entre 23 e 27 anos; 29% entre 28 e 34 anos; 12% de 35 a 44 anos; e 3% de 45 a 59 anos.

Ao observar a potência dos conteúdos do *AFETOS* no âmbito do feminismo negro, Aldenora Cavalcante considera que:

³⁶ “Criado para celebrar a cultura negra e enaltecer as personalidades pretas que se destacaram no último ano, o evento vem ganhando relevância no cenário das premiações nacionais e já se transformou em um selo, que atrai muitas marcas patrocinadoras que fazem questão de prestigiar a negritude.” Disponível em: <https://marcaspelomundo.com.br/anunciantes/potencias-o-premio-do-agora-anuncia-os-indicados-de-2022/>. Acesso em: 30 jan. 2023

Os podcasts na podosfera negra brasileira [...] se convertem em uma importante ferramenta de empoderamento e criação de comunidade utilizada como um espaço de acolhimento e troca de afeto, bem como sendo uma estratégia de enfrentamento às opressões sociais vividas pela comunidade negra, sobretudo as mulheres que, ao produzirem conteúdos voltados à partilha de vivências, sentimentos e sensações que as atravessam, tornam as mulheres negras sujeitas de suas próprias narrativas e subvertem a lógica de que os meios de comunicação [...] reproduzem e cristalizam (HACK, 2022, s/p)

É o que reforçam as produtoras, ao criarem vias de acesso a outras pessoas, de afetação do outro, incentivo para a ação e interlocução com seu público que discute desde sensações de escuta até formas de empoderamento e autodefinição no ambiente do *Telegram*. Aldenora (HACK, 2022, s/p) ainda considera que o *podcast* cria uma “comunidade de resistência e fortalecimento”, ao mesmo tempo em que o território se torna seguro para o aparecer de vulnerabilidades e humanização. “Ao final, o episódio estimula as ouvintes a ‘colocar sua voz no mundo’ (AFETOS, 2020, s/p) e ser ‘sujeito da sua própria história’ (AFETOS, 2020, s/p)”. É o que buscaremos observar na etapa da observação dos episódios.

3.4 Podcaster Déia Freitas

Andreia Freitas, ou Déia Freitas como é mais conhecida, está para completar 48 anos e atua há muito tempo como contadora de histórias na internet, agora essencialmente como roteirista e apresentadora do *podcast Não Inviabilize*. Apesar de narrar a história “dos outros”, em seu programa existem marcas de suas experiências de vida, oportunidades que teve, sua formação, valores e vestígios que nos mostram o envolvimento da apresentadora com a produção, a poética, do *podcast*.

Figura 7: Ênfase dada por Déia em ser uma contadora de histórias e seu perfil característico



Fonte 9: [Instagram](#) (20/03/2023).

Déia foi a primeira da família a ingressar em universidade, formando-se em Psicologia. É vegana, ativista de causas animais e da diversidade de gênero, étnica e de sexualidade no mercado de trabalho – atividades que fazem parte de um universo maior que é *Não Inviabilize*, que nomeia não só o *podcast* mas um grande projeto. Nasceu em Santo André (SP), o que a coloca em localização privilegiada no Sudeste brasileiro como a maioria dos/das produtoras no país. Mesmo sem ter atuado clinicamente, ela considera que sua formação ajuda em seus trabalhos: “Consigo aplicar esse conhecimento no que faço agora. Lido com histórias de pessoas e tenho ferramentas de escuta mais apurada para ouvir o que não está na história, o que a pessoa quis dizer e não disse” (BARGAS, 2022, s/p). Déia credita o sucesso do *podcast* ao interesse que pessoas têm pelas vivências humanas.

Figura 8: Trecho de entrevista com Déia Freitas publicado em rede social



Fonte 10: [Instagram](#) (06/03/2023).

Dentre os contextos que a levam a produzir o *Não Inviabilize* como é hoje, em entrevista para a *Agência Mural* – agência de jornalismo periférico –, Déia mostra como ao contar histórias, mesmo que não explicitamente, insere suas concepções ético-políticas, muito alinhadas à defesa da diversidade de existências:

Eu costumo brincar que [...] nas histórias eu gosto de militar escondido. Então, por exemplo, você vai ver histórias de amor ali entre dois homens, duas mulheres, que eu não ‘tô’ falando ali “homofobia não”, mas eu ‘tô’ mostrando como que pode ser bonito o amor independente de quem seja. Eu posso trazer uma história ali mostrando como uma pessoa gorda é tratada sem estar falando de gordofobia, mas mostrando, te fazendo se sentir mal por aquela pessoa. Então eu milito bastante escondido nas histórias [risos].³⁷

Uma das estratégias de Déia para evitar dar visibilidade a empresas que vão contra seus princípios, ou somente para evitar exposição, é chamá-las de forma genérica como “Empresas Pônei”. Qualquer termo específico é trocado pela palavra “pônei”, o que dá um tom engraçado às histórias.

³⁷ FREITAS, Déia. Entrevista com Déia Freitas. Agência Mural. Instagram, @agenciamural, 06 de março de 2023. Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/CpdeDkqB0ao/?igshid=NTU1Mzc3ZGM%3D>. Acesso em: 07 mar. 2023.

Desde muito jovem atuou no ramo da comunicação, em uma agência de publicidade, no ramo da moda e na faculdade onde cursou Psicologia. Após o término dos estudos, sem perspectiva de atuar na área, iniciou carreira no terceiro setor na ONG *Programa Feminino de Desenvolvimento Social do ABC*. Em episódio do *podcast*, ao contar sua trajetória, ressaltou a importância de tal experiência em sua vida já na perspectiva da valorização da condição da mulher na sociedade:

Eu amo trabalhar com mulheres [...]. Mas na ONG isso se expandiu, assim. Eu conseguia passear por vários núcleos, de várias realidades diferentes, onde eu via as mulheres se juntando. Se não por necessidade de uma renda financeira, ou por medo dos seus companheiros, ou para cuidar dos seus filhos. Então, assim, foi uma coisa que abriu a minha mente. Foi uma época muito boa da minha vida, que eu aprendi muito. (13'26''- 14'17'').³⁸

Em participação no *podcast Mamilos*, Déia contou como suas vivências e experiências cotidianas se assemelham ao que busca retratar no *podcast Não Inviabilize*. A *podcaster* cita gostos específicos, como assistir séries sobre histórias de vida e gostar de ler contos do cotidiano como de Machado de Assis, de Carolina Maria de Jesus, Nelson Rodrigues e Conceição Evaristo. Segundo a apresentadora, as melhores histórias estão no dia a dia, da (e na) vida de pessoas comuns (RELAXE, 2022). Ela exalta, por exemplo, que “[sua] criatividade não está em inventar histórias, mas sim em pegar uma história real comum e contar num roteiro que o povo curte” (NÃO INVIABILIZE, 2023, s/p).

Como você faz o roteiro das histórias? Bom, o e-mail chega, a gente tem um banco de muito e-mail. Assim: nove mil e tantos e-mails. Os títulos mais chamativos é o que eu vou primeiro, né. E aí eu separo. E entro em contato com a pessoa pra entrevistar. E depois a entrevista feita, é, eu vou fazer ali uma guia, é, das coisas que eu tenho que falar. O jeito que eu tenho facilidade para memorizar as histórias é rascunhar num caderno. Então o meu roteiro, ele é feito à mão. Então eu faço no caderno e depois eu faço no computador apenas uma guia com os tópicos principais. Porque eu já tenho memorizado o que eu vou falar. Então o meu processo é esse sim. E escrever num caderno me ajuda a memorizar a história. Então é uma técnica que eu uso. Também os e-mails, eles vêm assim, a história com a ordem bagunçada... Então eu pego o fator mais importante ali daquela história e vejo onde que eu vou botar. Se eu vou botar do meio para o fim. Se eu vou deixar para o fim. Se eu quero... que tipo de impacto que eu vou querer causar. Então, uma história pode ter várias coisas importantes, mas eu posso destacar apenas uma, ou duas... né? Então... vai muito mesmo do

³⁸ ONG. Não Inviabilize. Narrado por Déia Freitas. São Paulo. Podcast. 27 de março de 2023. 18'09''.

Disponível em:

https://open.spotify.com/episode/2yY5pIOIjbpuVcjwFAJ4BU?si=S7O9r_TST6ag54T96lHkVg&dd=1&nd=1.

Acesso em: 03 abr. 2023.

que eu quero ali, dentro daquela história, né, real, daquela narrativa, o que eu quero destacar.³⁹

No *podcast*, o contato de Déia com histórias dos e das ouvintes é feito com abertura e receptividade, de maneira mais informal tanto pelo *e-mail* como nas interações nos grupos do *Telegram*. Existe um cuidado diferenciado com os e as espectadoras na construção dos roteiros dos episódios, principalmente na garantia do anonimato dos personagens e com pedido de autorização para compartilhar as informações dos e das participantes que enviam suas histórias de todas as partes do Brasil. O perfil do programa no *Instagram* também é bastante utilizado para o contato com o público, principalmente por meio dos *stories* pedindo a participação de ouvintes com sonoras sobre histórias específicas, envio de histórias ou por caixas de perguntas.

Figura 9: Exemplos de interações nos stories, que ficaram disponíveis por um curto período de tempo



³⁹ NÃO INVIABILIZE. Como você faz o roteiro das histórias? Instagram, @naoinviabilize, 23 de fevereiro de 2023b. Disponível em: <https://www.instagram.com/tv/CpBH3R1vfz1/?igshid=NTU1Mzc3ZGM%3D>. Acesso em: 07 mar. 2023.



Fonte 11: Stories no Instagram do Não Inviabilize de 22/03/2023 (dois primeiros), 27/02/2023 e 06/03/23, respectivamente.

Alguns aspectos de sua vida privada tornaram-se marcantes para o público em geral, como o fato de não gostar de fazer trilhas na natureza. Essas referências, que podem parecer irrelevantes, são frequentemente usadas como um arquétipo pelos e pelas espectadoras, que se identificam com tais gostos e mesmo usam desse perfil como se fosse uma piada interna, aumentando a intimidade entre Déia e seus/suas ouvintes, carinhosamente chamados “não inviabilizers”. Aos assinantes pelo *Apoia.se* do *podcast*, existe um quadro específico em que Déia fala sobre sua vida, suas histórias, chamado “Minhas Coisinhas”.

Ao celebrar o Dia Nacional do Contador de Histórias, Déia levantou a polêmica sobre como o fato de ser mulher pode influenciar para uma descredibilização do teor do conteúdo de seu *podcast*, por vezes citado como um *podcast* de fofocas. “[...] fofoca é algo que você compartilha meio que de maneira sorrateira e ‘tals’, esse não é o meu trabalho. Os homens são contadores de histórias e eu, que até entrevista e roteiro faço para as histórias, sou ‘fofoqueira’. Eu sou contadora de histórias”.⁴⁰

O fenômeno que se tornou o *Não Inviabilize* se destaca dentre os *podcasts* independentes, ainda mais de mulheres negras, na podosfera. Sobre o início do programa, Déia conta que durante a pandemia gravava as histórias em uma caixa de papelão para melhorar a captação de som, e se sustentava por meio de auxílio do governo. Mesmo com

⁴⁰ 20 DE MARÇO Dia Nacional do Contador de Histórias. Déia Freitas. CONTADORA DE HISTÓRIAS. Instagram, @naoinviabilize, 20 mar. 2023. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CqBTKKrPihw/>. Acesso em: 21 mar. 2023.

poucos recursos, ainda no início do *podcast*, continuou acreditando no interesse humano por histórias de vida.⁴¹

3.5 Podcast NÃO INVIABILIZE

Antes mesmo de criar o *podcast*, Déia Freitas contava histórias por meio de *blog* e perfil no *Twitter*. Com o tempo, passou a enviá-las em áudio em um canal no *Telegram*⁴². Além do canal, foi criado um grupo na mesma plataforma destinado às discussões dos/das espectadoras após ouvirem as histórias. Os áudios agradaram os primeiros membros: muitos confundiam o envio dos áudios com o formato de *podcasts* e outros, fazendo diferenciação com os *podcasts* publicados em outras plataformas, preferiram esta dinâmica pelo *Telegram*. Contudo, por incentivo dos membros e da *podcaster* Priscila Armani, do *podcast Sexo Explícito*, a proposta se tornou o *podcast* com *feed*. O *podcast Não Inviabilize* foi criado então em fevereiro de 2020, um mês antes do decreto da pandemia de covid-19 no mundo pela Organização Mundial da Saúde.

O *Não Inviabilize* é um *podcast* de contação de histórias, estratégia também conhecida por seu termo no inglês *storytelling*, cuja preocupação com a criação de uma paisagem sonora é maior, para aguçar a imaginação do ouvinte, fazendo-o visualizar mentalmente momentos e personagens das histórias. O programa é praticamente guiado pelas experiências e vivências de ouvintes, mesmo não sendo narrado diretamente pelos personagens das histórias, e neste sentido a voz de Déia e os recursos de edição conduzem a criação da ambientação e da lógica narrativa. Os efeitos sonoros ajudam a dar o tom da conversa, trazendo elementos de humor, tensão, distorção da voz para haver diferenciação de personagens, entre outros.

Um exemplo de *podcast* de *storytelling* brasileiro bastante conhecido é o *Projetos Humanos*, de Ivan Mizanzuk, para quem: “O *podcast* *storytelling* [...] dedica-se em montar linhas narrativas mais imersivas, nas quais os ouvintes possam ter uma relação mais visceral com a história que lhes é contada” (MIZANZUK, 2023, s/p). Diferente deste projeto, o *Não Inviabilize* não tem tratativa jornalística e documental, e sim de abordar uma cotidianidade de personagens diversos, permeada por sensibilidades, opiniões pessoais da *podcaster* e na

⁴¹ Disponível em: <https://elastica.abril.com.br/especiais/nao-inviabilize-podcast-deia-freitas-entrevista/> Acesso em: 16 abr. 2023.

⁴² Canais do *Telegram* não permitem envio de mensagens e interações de participantes, somente de administradores.

maior parte do tempo com teor humorístico. É uma forma de entretenimento, como reafirma a própria Déia:

“Déia, por que que você não gosta que chama seu conteúdo de fofoca?”. Porque o meu conteúdo não é fofoca. É contação de história, gente. História da vida das pessoas, né? É... de pessoas comuns, histórias do cotidiano. Mas é um podcast de histórias. É um tipo de entretenimento contação de histórias. Cê não chama um programa do Porchat de histórias... fofocas de famosos. Porque não são fofocas ali, são histórias, né? Então... Eu não tenho um podcast de fofoca, eu não faço fofoca das pessoas. Eu conto histórias que as pessoas me enviam, histórias das vidas delas. Como tem um monte de programa de rádio que faz isso, que ninguém chama de programa de fofoca.⁴³

Déia conta com uma equipe dedicada a diferentes etapas do grande projeto que é o *Não Inviabilize*, para além do *podcast*. Para manter a regularidade de publicação e qualidade das edições, bem como os serviços de acessibilidade como a transcrição dos episódios em seu site e a tradução em libras dos conteúdos no canal no *Youtube*, o projeto se sustenta através de assinaturas. Isso inclui grupos próprios, também no *Telegram*, para assinantes que recebem conteúdos exclusivos, muitas vezes ainda não decupados, brutos. Ou seja, a renda do *podcast* não provém da publicidade como usualmente se pode imaginar, e Déia é rígida em relação a quais tipos de produtos e empresas podem ser divulgados, devendo estes terem relação com seus valores como de apoio à causa animal, que exclui produtos testados em animais, e também por ser vegana.

O *Não Inviabilize* vem obtendo destaque no contexto da internet. Foi um dos *podcasts* indicados ao prêmio *iBest 2022*, ficando em 9º lugar por voto popular. É um dos que se destaca nas listas dos mais ouvidos do *Spotify*⁴⁴, considerado exemplo de conteúdo de influenciadoras negras, competindo em colocação com o *podcast* *Mano a Mano*, de Mano Brown. Apesar disso, Déia acredita que o programa poderia ser mais reconhecido, visto o alto número de reproduções e ouvintes, mas que isso pode ter relação com a falta de reconhecimento de empresas ou contrato com plataformas de áudio.

Quando perguntada sobre a diferença entre o destaque de produtos de pessoas negras na *podosfera* em comparação com sua invisibilização na mídia tradicional, Déia acredita que boa parte dos ouvintes não sabe quem ela é ou sobre características como essa. Chega a

⁴³ NÃO INVIABILIZE. Contadora de histórias. Trecho de áudio de Déia Freitas. Instagram, @naoinviabilize. 14 fev. 2023a. Disponível em: <https://www.instagram.com/reel/CopHkwnrRJU/?igshid=NTU1Mzc3ZGM%3D>. Acesso em: 07 mar. 2023.

⁴⁴ Disponível em: <https://podcastcharts.byspotify.com/>. Em 23 de fevereiro de 2023, estava em 10º lugar.

dizer que sempre é confundida com a imagem de uma pessoa branca no imaginário de certos ouvintes.⁴⁵

O *podcast* está disponível em diversas plataformas: *Spotify*, *Apple Podcast*, *Deezer*, *Google Podcasts* e *Pocket Casts*. Em plataformas gratuitas, um novo episódio vai ao ar toda segunda e quinta-feira. Existe um enorme banco de histórias enviadas para o *Não Inviabilize* que podem render mais produções, e que segundo Déia continua a crescer já que não recebe menos do que 60 *e-mails* por semana com novas histórias (RELAXE, 2022).

Na descrição do *Spotify*, define: “O canal Não Inviabilize é um espaço de contos e crônicas, um laboratório de histórias reais. Aqui você ouve as suas histórias misturadas às minhas [Déia]!” (NÃO INVIABILIZE, 2022, s/p). A proposta é que o *podcast* tenha episódios divididos em quadros temáticos, segundo o assunto das histórias, sendo os disponibilizados gratuitamente: “Amor Nas Redes” - histórias de amor, afeto, saudade; “Picolé de Limão” - histórias do cotidiano, ciladas, trapaças, muita história revoltante; “Luz Acesa” - histórias de terror, suspense e mistério; “Ficção da Realidade” - histórias ficcionais interativas; “Mico Meu” - histórias engraçadas; “Alarme” - histórias que servem de alerta, gatilhos emocionais. Apesar de um deles trazer a ideia de ficção, Déia reforça constantemente nas diferentes mídias sociais voltadas ao programa que o *podcast* se trata de histórias de pessoas reais.

Nesta pesquisa, devido à publicação extensiva de episódios, optamos por afunilar a escolha de episódios para análise. Os quadros “Luz Acesa” e “Ficção da Realidade”, por trazerem traços ficcionais que tangenciam a ideia central de contação de histórias reais, foram excluídos, juntamente com “Alarme”, que não foi publicado no período selecionado. Além disso, não é citado na plataforma o quadro “Pimenta no dos outros”, que se trata de contos eróticos, de histórias vivenciadas por ouvintes. Assim, escolhemos episódios dos quadros “Picolé de Limão” e “Amor nas redes”, mais apropriados no pensar o compartilhamento de experiências e vivências, carregadas de teor afetivo, que provocam e convocam os/as ouvintes.

Déia demonstra a preferência por contar as histórias de pessoas que já elaboraram as experiências partilhadas, de forma que estejam preparadas para ouvir o que os outros têm a dizer. Acrescenta: “procuro escolher as histórias das pessoas que estão rindo da ‘desgraça’.

⁴⁵ GOMES, Tamiris. ‘Sempre acham que por trás de um trabalho como o meu tem uma pessoa branca’, diz Déia Freitas, do Não Inviabilize. Agência Mural. 07 mar. 2023. Disponível em: <https://www.agenciamural.org.br/sempre-acham-que-por-tras-de-um-trabalho-como-o-meu-tem-uma-pessoa-branca-diz-deia-freitas-do-nao-inviabilize/>. Acesso em: 16 abr. 2023.

Já passou, já aconteceu” (RELAXE, 2022, 7’12’’-7’16’’). A exposição de histórias sensíveis causa identificação em quem escuta, a ponto de Déia já ter experienciado retorno de pessoas incomodadas com histórias que pareciam se referir diretamente a elas:

Teve [...] uma história que eu gravei [...] e uma pessoa aleatória me escreveu assim muito, muito brava. E assim, como se eu estivesse falando dela. As pessoas se identificam demais com algumas histórias e elas transformam aquilo de uma maneira que como se fosse eu falando direto com elas, sabe? [...]. As vezes até o tom que eu tô, de voz na história, a pessoa fala ‘Ah, Andréia, você tá brava comigo’ tipo, [...] como que eu vô tá brava com uma pessoa que eu nunca vi na vida (RELAXE, 2022, 8’22’’ - 9’08’’).

O volume numérico de histórias condiz com a repercussão em número de ouvintes. O *podcast* conta com 1.139.499 milhão de espectadores e espectadoras, em dados do *Spotify* (ANEXO 2). A audiência é composta principalmente por mulheres, 81% do público, enquanto que 17% são homens, 0,59% não binários e 2% não especificaram. A maior parcela de ouvintes se enquadra na faixa etária de 28 a 34 anos (35,25%), seguido dos 23 a 27 anos (30,44%). Apesar de Déia completar 48 anos durante esta pesquisa, a parcela de ouvintes com proximidade à sua idade é menor, sendo 18,33% dos 35 a 44 anos e somente 5,91% dos 45 a 59 anos. Número menor do que comparado com os ouvintes de 18 a 22 anos (8,5%).⁴⁶

A assertiva de Ira Croft sobre feminismo na *podosfera* parece nos sintetizar o trabalho de Déia: “[a]o contar histórias, sobre nós ou sobre outras personagens, inserimos referências, vivências, representações e novas perspectivas no imaginário de quem ouve, inspirando uma troca de sensações, ideias e ensinamentos para o pensar e agir; então, é essencial refletir em como essas histórias estão sendo construídas e ouvidas” (IRA CROFT em HACK, 2022, s/p). É neste sentido que buscaremos entender a construção dos episódios em relação aos espectadores e espectadoras, e posteriormente as relações envolvidas na escuta compartilhadas no *Telegram*.

3.5.1 O projeto *NÃO INVIABILIZE*

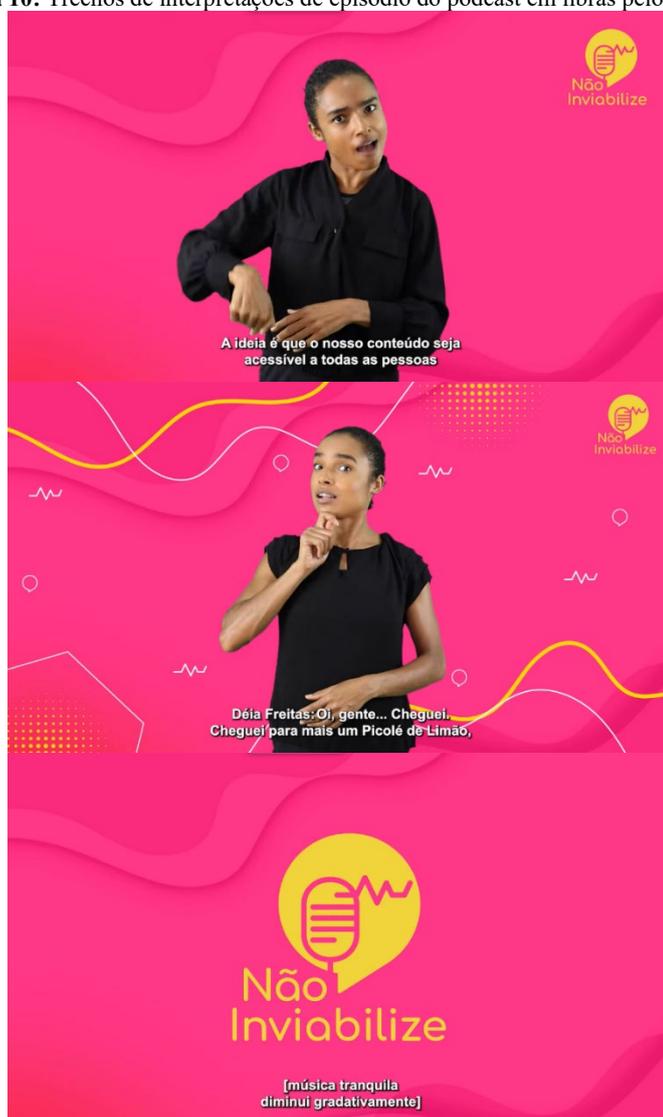
Como mencionado anteriormente, o *podcast* é um desdobramento de atividades que Déia Freitas já desenvolvia anteriormente em seu *blog* nos anos 2000, primeiramente chamado *Não Inviabilize A Minha Existência*. Atualmente, seu site possui o mesmo nome do

⁴⁶ O site oficial do *Não Inviabilize* ainda apresenta dados desatualizados sobre números de reproduções e ouvintes.

podcast, *Não Inviabilize*, mas se dedica a muito mais do que promover o programa em áudio.

A promoção da diversidade de existências é marcante desde o início, sendo que atualmente existem diversas iniciativas para acessibilidade e oportunidades para minorias promovidas por Déia. O site, além de possuir “Menu de Acessibilidade” que auxilia usuários com dificuldade na visão, como dislexia, para edição da saturação, tamanho e espaçamento do texto, por exemplo, também oferece a transcrição de todos os episódios. O *Não Inviabilize* ainda contar com interpretação dos episódios em libras para atender pessoas com deficiência auditiva. Os episódios são disponibilizados no canal do [Youtube do Não Inviabilize](#), desde maio de 2022.

Figura 10: Trechos de interpretações de episódio do podcast em libras pelo *Youtube*



Fonte 12: [Canal Não Inviabilize](#) no Youtube.

Outra pauta frequentemente levantada por Déia é a ampliação de oportunidades de emprego para minorias étnico-raciais, de gênero e capacidade, iniciativa que levou a apresentadora a obter, inclusive, destaque negativo na rede. Por meio da iniciativa gratuita [Não Inviabilize a Minha Vaga](#), plataforma online que pode ser acessada no site do *Não Inviabilize*, pessoas pretas, pardas, indígenas, LGBTQIA+ e PCD (Pessoas Com Deficiência) podem se cadastrar para facilitar sua empregabilidade, participar de processos seletivos e acompanhar vagas abertas. O mesmo site visa também atingir empregadores e organizações em geral que se proponham a diversificar suas equipes. Apesar dos requisitos estarem esclarecidos no portal de vagas, muitas pessoas que não se enquadram em tais categorias diversas ainda tentam participar do projeto, atrapalhando o trabalho da equipe.

A proposta por maior visibilidade de minorias é bastante clara, porém a repercussão de oportunidades voltadas a gênero, raça, etnia ou capacidades específicas é discussão recorrente em toda a sociedade, e não foi bem recebida. Em 10 de janeiro de 2022, Déia abriu vaga para assistente de roteiro para o *podcast*, voltada a mulheres cis e trans, pretas, pardas e indígenas, podendo ser PCD e sem exigir idade máxima. A reação de vários usuários identificados como homens e pessoas brancas, foi negativa, alegando exclusão de pessoas brancas como uma forma de discriminação. A *podcaster* até mesmo perdeu o acesso ao *e-mail* para envio de currículos por um intervalo de tempo. Apoiada pela Convenção Interamericana Contra o Racismo, porém, Déia manteve a seleção, defendendo a medida afirmativa.

Outras ações voltadas à diversidade vêm ocorrerem com incentivo do *Não Inviabilize*, como o “Comunique-se bem”, curso gratuito voltado principalmente a comunidades negras e quilombolas para valorizar formas eficazes de comunicação. Em março, também passou a patrocinar o projeto “Me Chame pelo Meu Nome” da ASTRA - JF – Associação de Travestis, Transgêneres e Transsexuais de Juiz de Fora, que atua na mediação e financiamento da retificação de nome e gênero em cartório.

As assinaturas são responsáveis por manter a atividade do *Não Inviabilize* e suas ações afirmativas. Existe ainda a intenção de criarem um site para adoção de cães e gatos, o *Patada*. Nome que já foi quadro da programação do *podcast*.

Fazem parte da equipe do *Não Inviabilize* a fotógrafa Camila Rocha, a *podcaster* Karina Vieira, a responsável por transcrever os episódios Mayara Martins e o responsável pelo canal no *Youtube* Bruno Bezerra. Alguns parceiros são Roni Costa, desenvolvedor do aplicativo do *Não Inviabilize*; o editor dos episódios Léo Mogli; e na área comercial, Bruno

Porto. O agradecimento a Priscila Armani, que inspirou a criação do *podcast*, também é registrado junto ao nome dos integrantes da equipe no site.

Em geral, existe também uma parceria entre *podcasts* e *podcasters* tanto na citação entre si, como na participação de Déia em outros programas como o *podcast Indiscutível*, com Camila Fremder. Déia já apareceu em diversos programas que ajudaram a dar visibilidade a seu projeto atualmente, como com o antigo quadro “Não Inviabilize o Papo” no programa *Papo de Segunda* da *Globo Play/GNT*.

O *Não Inviabilize* também comercializa alguns produtos que fazem referência ao *podcast*, como *bottons* com as capas dos quadros do programa e camisetas com frases marcantes de Déia, como a famosa “não seja ONG de macho”. Até o término da pesquisa, havia a expectativa de o *podcast Não Inviabilize* inspirar a produção de livro e série de *streaming* baseado em histórias contadas no programa.

3.6 Performances da voz e linguagem dos *podcasts*

Buscaremos rastros que possam remeter a formas de afetos e identificação dos espectadores com os *podcasts* e as produtoras, presentes através da voz e recursos sonoros. Ao observarmos o compartilhamento de mensagens no *Telegram* de cada programa (Capítulo 5), é perceptível que o público conhece as produtoras para além dos *podcasts*, por esta razão buscamos aqui encontrar vestígios em suas performances, e como buscam transformar a sensibilidade de quem as escuta.

Leda Maria Martins (2003), ao discorrer sobre as formas de conhecimento e existência africana, historicamente apagadas no Brasil pela tradição europeia, retoma a importância de valorizar experiências performáticas do corpo e da voz, e para isso propõe o que chama de “oralitura” que nos parece conveniente, e necessário, para pensar as performances das *podcasters*.

O significante oralitura, da forma como o apresento, não nos remete univocamente ao repertório de formas e procedimentos culturais da tradição verbal, mas especificamente, ao que em sua performance indica a presença de um traço residual, estilístico, mnemônico, culturalmente constituinte, inscrito na grafia do corpo em movimento e na vocalidade. (MARTINS, 2003, p. 77).

Neste mesmo sentido pesquisadoras e *podcasters* concordam que a voz é capaz de transmitir mais do que as informações roteirizadas de episódios fechados. Ela “convida ao improvisado, ao espontâneo e ao imaginativo porque está sendo criada ali, no calor da hora e

em íntima cumplicidade com quem ouve. A voz transmite as emoções que vêm quando, finalmente, pensamos, lembramos e falamos de nós” (SORAYA FLEISHCER em HACK, 2022, s/p). São os rastros que possam provocar emoções, sejam sons, termos, trilhas e escolhas estruturais dos episódios, e até mesmo risos e meneios da voz, que serão considerados em uma análise de cada programa. Na enunciação, há inscrições da cultura, do sujeito e da alteridade, há significações (MARTINS, 2003).

Pensando a comunicação como experiência estética, estésica, atravessada por mediações e interseccionalidades, acreditamos que olhar somente para as narrativas verbalizadas em conteúdo dos *podcasts* não seja suficiente para compreender a experiência dos/das ouvintes. Pensando, juntamente com as performances da voz, na concepção de mediação tecnológica em Orozco Gómez (2005), podemos afirmar que a linguagem deste meio sonoro, como mídia, principalmente pensando os *podcasts AFETOS e Não Inviabilize*, demonstra apelo emotivo na busca por causar reações. Algumas características desta linguagem foram pontuadas, próprias da podosfera: (a) compartilhamento de experiências pessoais dos *podcasters*, (b) personalização da escuta, (c) dialogia entre ouvintes e produtores e (d) criação de um ambiente de intimidade com os ouvintes. Mais que isso, nos grupos do *Telegram* temos a criação de locais mais “privativos” para troca de mensagens entre ouvintes e produtoras. Existe a possibilidade de compartilhamento de *links* de conteúdos externos, que se relacionam com as discussões do *podcast* e das vivências dos membros. Nesses ambientes, prevalecem as mensagens escritas, com linguagem coloquial – dos termos reduzidos, uso de *emojis* e figurinhas – e não é possível o envio de áudios, por escolha das produtoras. Os elementos sonoros ficam legados aos próprios programas, o que não diminui o envolvimento carregado de carga emocional mesmo nesses grupos.

Partimos então para a apresentação dos *podcasts* mais profundamente e das produtoras de cada programa, para sinalizar sensibilidades, interpelações e acolhimento componentes dos episódios. Ou seja, apontar os vestígios, os rastros das performances percebidas através da voz, bem como de outras estratégias de edição, como uso de trilhas e sonoras.

3.6.1 AFETOS: Rastros na linguagem e estrutura dos episódios

O *podcast* não possui vinheta específica, o início de cada episódio é composto por um pequeno trecho instrumental em *fade in* seguido da apresentação das *podcasters*: “[Karina] Oi gente, tudo bem com vocês? Eu sou a Karina Vieira. [Gabi] Oi gente, tudo bem com

vocês? Eu sou Gabi Oliveira. [Karina] E nós estamos em mais um episódio do podcast AFETOS”. Logo no começo, temos a percepção da intenção de estabelecer uma comunicação com os/as ouvintes, um diálogo. Culturalmente, perguntar “tudo bem [com você]?” é um iniciador de conversas, o estabelecimento de amistosidade entre os interlocutores. Há também um bordão que utilizam para fazer referência à publicação dos episódios: “sexta-feira é dia de afetos”.

Não são utilizados recursos como trilhas e sons que atuem junto à narração das produtoras. Ouvimos a conversa entre Karina e Gabi como se fosse a gravação “bruta”, quase sem edição a não ser por cortes que deixam a discussão mais dinâmica. Por isso, a forma como seus espectadores e espectadoras são interpelados ou aparecem no programa está mais relacionado à interlocução entre apresentadoras e público do que a criação de um ambiente imaginativo, de imersão, como no *storytelling*.

A criação de um ambiente de compartilhamento e diálogo é estimulada por diversas vezes por ambas as *podcasters*. Isso se relaciona tanto a mediações referenciais e institucionalizadas por serem mulheres negras, que partilham da mesma intenção de criar ambientes de reconhecimento mútuo: “[Gabi] nós como pessoas negras, **a gente vem de uma cultura de comunidade**. [Karina] Sim. [Gabi] Sabe? **De compartilhamento, de colaboração.**” (15’39’’- 15’47’’, grifo nosso).⁴⁷ Como, de forma mais ampla, com as formas de se dirigirem aos/às espectadoras, convocando à continuidade e extensão das discussões em suas mídias sociais. Alguns exemplos para alcançar os ouvidos da audiência são: “[Karina] Eu acho que a gente pode continuar essa conversa, ou eu e Gabi aqui conversamos, conversando e expandindo essa conversa para vocês” (5’14’’-5’21’’)48; e com referência direta ao grupo no *Telegram*, com pedidos de participação neste ambiente de trocas: “[Gabi] vocês podem nos acompanhar [...] no nosso grupo do Telegram que é **onde as conversas dos episódios se estendem e as pessoas falam suas opiniões sobre os episódios, também trazem sugestões de novos temas**” (20’’- 43’’, grifo nosso)⁴⁹.

Na maioria do tempo, as *podcasters* se referem ao público de forma genérica pelo uso dos termos “você(s)” e “gente”, que interpela maior variedade de identidades de ouvintes, sem especificar gênero, raça ou demais características. Também são usadas formas

⁴⁷ AUTOSSUFICIÊNCIA – EU NÃO ME BASTO – AFETOS #175. Podcast. Spotify. 2 de fev. de 2023. 32’31’’. Disponível em: <https://open.spotify.com/episode/1yOhT3emfYf35XVDhcSQWv>. Acesso em: 18 abr. 2023.

⁴⁸ FEITO É MELHOR QUE PERFEITO - AFETOS #180. Podcast. Spotify. 9 de mar. de 2023. 29’18’’. Disponível em: <https://open.spotify.com/episode/4TtxYsyj8TQOMKWhhz5U2y>. Acesso em: 18 abr. 2023.

⁴⁹ O NÃO SABER – AFETOS #176. Podcast. Spotify. 9 de fev. de 2023. 30’08’’. Disponível em: <https://open.spotify.com/episode/6dApIs3iKk5LcaBMcx3Hqz>. Acesso em: 18 abr. 2023.

carinhosas e acolhedoras, como quando Gabi chama o público de “meus amores”. Existem rastros, porém, que nos dão sinais de qual é o perfil do seu público e quem esperam, imaginam ou querem atingir, de forma mais específica. Antes da criação do grupo no *Telegram*, percebemos isso em convocação do público a comentar no *Twitter* sobre “[Karina] Como **seu corpo negro** se movimenta nesse mundo” (NOSSA TRAJETÓRIA, 2019, 35’53’’, grifo nosso). Nesse caso, existiu a concepção do/da ouvinte como pessoa negra. Em outro momento, temos a discussão sobre abraçar e aceitar a ignorância, o não saber, em um contexto de compartilhamento massivo de informações na internet: “[Gabi] A gente pode refletir também como a gente que recebe a informação, sobre... que no caso é a maior parte dos ouvintes daqui, né? É, **‘das’ ouvintes**, e **‘dos’...** que é esse lugar de não cobrar o outro [...] porque você precisa da opinião do outro” (11’05’’-11’23’’, grifo nosso)⁵⁰. Essa pequena correção tem grande peso no considerar a consciência do maior número de mulheres que compõem o público.

De maneira geral, os episódios contêm, normalmente nos segundos finais, o tom de finalização de uma conversa, ao mesmo tempo que a abertura para novas partilhas com seus e suas ouvintes. “[Gabi] É **gente**, e aí? **Vocês** se cobram muito? [...] Essa é **uma conversa que a gente pode continuar lá no nosso grupo do Telegram** e nas nossas outras redes sociais [...]. A gente quer saber como **você** lida com as demandas da vida, com as atividades da vida” (27’55’’-28’22’’, grifo nosso)⁵¹. E esta convocação não fica no âmbito da sugestão, mas se concretiza no *Telegram*, como vemos no agradecimento: “[Karina] Obrigado pelos *feedbacks* de **vocês**. [...] **A gente tem uma comunidade que é muito respeitosa e carinhosa com a gente**” (28’23’’- 28’45’’, grifo nosso).⁵² Neste sentido, podemos ver que a promoção de um ambiente afetuoso, hospitaleiro, é uma via de mão dupla, tanto para quem escuta como para as produtoras que recebem as mensagens de seus/suas ouvintes.

A presença de uma “voz” dos e das ouvintes no *podcast* se concretiza mais fortemente no quadro *AFETOS te ajuda*, comparado à estrutura geral dos demais episódios. “[Karina] **esse quadro do podcast onde ele é feito com a sua participação**. Então se você quer né,

⁵⁰ O NÃO SABER – AFETOS #176. Podcast. *Spotify*. 9 de fev. de 2023. 30’08’’. Disponível em: <https://open.spotify.com/episode/6dApls3iKk5LcaBMcx3Hqz>. Acesso em: 18 abr. 2023.

⁵¹ O NÃO SABER – AFETOS #176. Podcast. *Spotify*. 9 de fev. de 2023. 30’08’’. Disponível em: <https://open.spotify.com/episode/6dApls3iKk5LcaBMcx3Hqz>. Acesso em: 18 abr. 2023.

⁵² O NÃO SABER – AFETOS #176. Podcast. *Spotify*. 9 de fev. de 2023. 30’08’’. Disponível em: <https://open.spotify.com/episode/6dApls3iKk5LcaBMcx3Hqz>. Acesso em: 18 abr. 2023.

contar sua história, ouvir nossos pitacos, os nossos conselhos sobre as questões aí da sua vida, mande a sua história” (17’-30’, grifo nosso).⁵³

Vale destacar momentos em que são reforçadas ideias que sustentam a comunicação pensada como experiência estética, permeada por mediações, que colocam o/ a espectador/a como sujeitos de seus processos criativos e reflexivos, de sua presença no mundo. Mesmo ao falar de uma condição de vivências semelhantes entre pessoas negras, escutamos: “[Karina] Talvez essas questões que eu trouxe agora não faça sentido nenhum pra outra pessoa preta. Porque, mais uma vez, a única coisa que nos junta é a questão da raça, mas a **nossa subjetividade é única**, o que bate pra mim não necessariamente bate pra Gabi, e os gatilhos que aquela notícia desperta em mim não necessariamente vão ser os gatilhos que vai despertar na Gabi ou outra pessoa que esteja escutando a gente” (17’21’-17’43’, grifo nosso).⁵⁴

No geral, cada episódio se constitui de um eixo temático, que pode ser uma ideia ou sentimento. Neles, as *podcasters* discutem seus diferentes entendimentos sobre o assunto, até mesmo em uma atitude comum de Karina, que traz definições de termos chave dos temas a partir de verbetes em dicionários, sites de notícias, *blogs* e textos da literatura em geral. As experiências de vida de Gabi e Karina são os guias dos episódios, e o “outro” se faz presente – ao pensarmos principalmente espectadoras e espectadores, e que não estão diretamente ali utilizando sua voz – nas referências a conversas que tiveram com amigas e ouvintes nas redes do *AFETOS*, principalmente no *Telegram*. Por exemplo, quando Karina cita o retorno positivo de “uma das ouvintes mais assíduas, a Luciana, lá no nosso grupo do Telegram [...] falou nossa vocês começaram com o ‘sarrafo’ lá em cima, olha só” (23’- 39’)⁵⁵, a respeito dos primeiros episódios de 2023. Mais que isso, as produtoras convocam os/as espectadoras à participação com questionamentos e referência à continuidade das discussões no grupo do *Telegram*.

Uma especial atenção pode ser dada ao episódio “IRMÃOS, FILHOS E PAIS. PART ELISAMA SANTOS #177”, que teve grande número de interações no grupo, principalmente de espectadores e espectadoras que se identificaram com a temática, a qual pode ser um reforço do entendimento da comunicação como experiência estética. Elisama

⁵³ AFETOS TE AJUDA – PART. NÃO INVIABILIZE #183. Podcast. *Spotify*. 30 de mar. de 2023. 34’ 37’’. Disponível em: <https://open.spotify.com/episode/441TFdin6I6bclUMVYUExY>. Acesso em: 18 set. 2023.

⁵⁴ O NÃO SABER – AFETOS #176. Podcast. *Spotify*. 9 de fev. de 2023. 30’08’’. Disponível em: <https://open.spotify.com/episode/6dApls3iKk5LcaBMcx3Hqz>. Acesso em: 18 abr. 2023.

⁵⁵ BURNOUT – AFETOS #179. Podcast. *Spotify*. Disponível em: <https://open.spotify.com/episode/0ex9p8O632ErWqzhXfDseX>. Acesso em: 24 de abr. 2023.

Santos chega a citar a ideia de Heráclito, de que não nos banhamos no mesmo rio de forma igual, como alegoria para seu romance *Mesmo Rio* sobre como pais e mães não são os mesmos para cada um de seus filhos e filhas. São diferentes formas de lidar, de experienciar e vivenciar a paternidade e maternidade. A grande identificação com este assunto no grupo, que parece esclarecer relações familiares dos e das ouvintes, mostra também como esta identificação concorda com a discussão de uma comunicação como experiência estética, como aqui trazemos.

Um elemento sonoro que nos parece interessante destacar, visto a ausência de trilhas e efeitos, é o riso. Em ambos os *podcasts* escolhidos, com ou sem efeitos de edição, o riso das apresentadoras traz leveza e humor a temas sensíveis e divergência de opiniões. Ouvintes chegam a comentar no *Telegram* como são marcantes as risadas de Gabi Oliveira e Déia Freitas. No caso de Gabi, no *AFETOS*, frequentemente seu riso com o de Karina se mesclam, por reflexões e comentários inusitados. Para quem acompanha o trabalho da *influencer* a mais tempo, é possível até imaginar sua feição, com traços fenotípicos negros, como diria Gabi em seu vídeo “tour pelo meu rosto”⁵⁶, ao destacar no sorriso características de pessoas negras, consideradas fora de um padrão de beleza embranquecido.

3.6.2 **NÃO INVIABILIZE: Rastros sonoros e interações em mídias digitais**

Os episódios são compostos por histórias dos e das ouvintes, organizadas e contadas por Déia. Dessa forma, a participação e colaboração são aspectos que compõem o *podcast* desde sua concepção, seja por meio da voz da *podcaster* que simula os personagens envolvidos ou pelas sonoras dos/das espectadoras inseridas ao final de cada episódio. As narrativas contam com clímax, principalmente a partir de trilha sonora para criar tensão, humor, suspense, entre outras sensações, segundo a temática.

As sonoras são trechos curtos de áudio gravados pelo próprio público, nos quais a pessoa se identifica, com nome e local, e em seguida dá sua opinião, conselho ou crítica relacionada à história. A escolha dessas sonoras não é feita por Déia, que escuta os comentários ao mesmo tempo que os demais ouvintes. Por vezes, os participantes se reconhecem nas histórias contadas e compartilham suas próprias experiências. É comum que se dirijam diretamente aos personagens narrados usando os nomes fictícios, à apresentadora e ao público ouvinte.

⁵⁶ Tour Pelo Meu Rosto | Papo DePretas. Youtube, Gabi Oliveira. 12 de jan. de 2018. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=CEOvcHPvvis>. Acesso em: 07 mar. 2023.

Diferente do *AFETOS*, temos aqui uma vinheta para cada quadro do *Não Inviabilize*, com trilhas sonoras específicas e frases de efeito gravadas na voz de outra componente da equipe. O quadro “Picolé De Limão: o frescor ácido do seu dia” sobrepõe uma música de tom divertido e “Amor Nas Redes: sua história contada aqui” é dito sobre as teclas de um piano compondo uma trilha suave.

Figura 11: Vinhetas dos quadros Picolé De Limão e Amor Nas Redes.



Fonte 13: [Site Não Inviabilize](#).

Em muitas histórias enviadas e contadas por Déia existe a intenção, por parte do e da espectadora, de ter o retorno e opinião de outros membros da audiência. Como deixa claro no episódio “PICOLÉ” (23/03/2023), em que o personagem enviou sua experiência, pois queria saber a opinião de terceiros, dos espectadores e espectadoras do *Não Inviabilize*, para tomar uma decisão sobre processar ou não a tutora de um cachorro que danificou sua prótese, mesmo depois de numerosos avisos para colocá-la fora do alcance do animal. Ao final, temos sonoras enviadas por advogada sobre questões jurídicas envolvidas, defendendo a tutora, e de outro ouvinte que passou por situação semelhante, comentando questões morais e de valores.

Existem diversos bordões da narração de Déia e que têm repercussão no público, usadas até em produtos da loja do *Não Inviabilize*, como sua saudação “Oi, gente. Cheguei!”; a continuidade em “Então Vamô lá. Vamos de história”, que introduz o tema dos

episódios; e seu informal “nã nã nããã”, equivalente a “etcetera” durante a contação das histórias. Quando faz adendos, comentários pessoais que não compõem as histórias em si, perguntas aos/às ouvintes e até mesmo quando ri, a voz de Déia é distorcida para ficar abafada, mais distante, para deixar claro que existe ali uma quebra da linha narrativa. Com humor e leveza, muitas vezes Déia brinca com o/a personagem da história, em tom de quem sabe que este/a fez algo problemático: “[Voz abafada] Ê Tiago [risadas]”⁵⁷.

Já em referência geral a quem escuta, Déia recorre a formas genéricas como “você(s)” e “gente”, porém várias vezes se inclui junto aos espectadores citando “nós” e “a gente”. Por exemplo, em: “A Marlene, tava casada há 12 anos, dois filhos. [...] Ela trabalhando o dia todo, as crianças meio período na escola, meio período na mãe dela. Enfim. [Voz abafa] Aquela ajuda familiar que a gente que é da classe C sabe como é, né? Quem tá ali por perto é que dá uma força” (19’’- 46’’).⁵⁸

A preocupação com o ambiente de escuta do ouvinte e teor dos conteúdos também aparece, como no aviso: “[Voz abafada] Hm, a história da Sandra não é uma história pra criança, então ouça de fone ou tire aí as criancinhas da sala” (16’’-23’’)⁵⁹; e no alerta: “[Voz abafada] Preciso avisar que essa história é na mesma *vibe* que a história Surra. Então tem relato de racismo e tem aí um pouco de violência. Então se você se sentiu mal, aí, ouvindo Surra, você vai se sentir mal agora também. Então não ouça” (18’’- 38’’)⁶⁰. O vínculo criado com sua audiência é tal que Déia sugere que algumas pessoas não escutem o episódio, para resguardá-las.

Existe alto grau de identificação com o programa e seu humor ao verificarmos como ouvintes fazem referência ao programa, até mesmo se fantasiando do *podcast* e compartilharem suas fotos nas redes, algumas enfatizando falas clássicas de Déia.

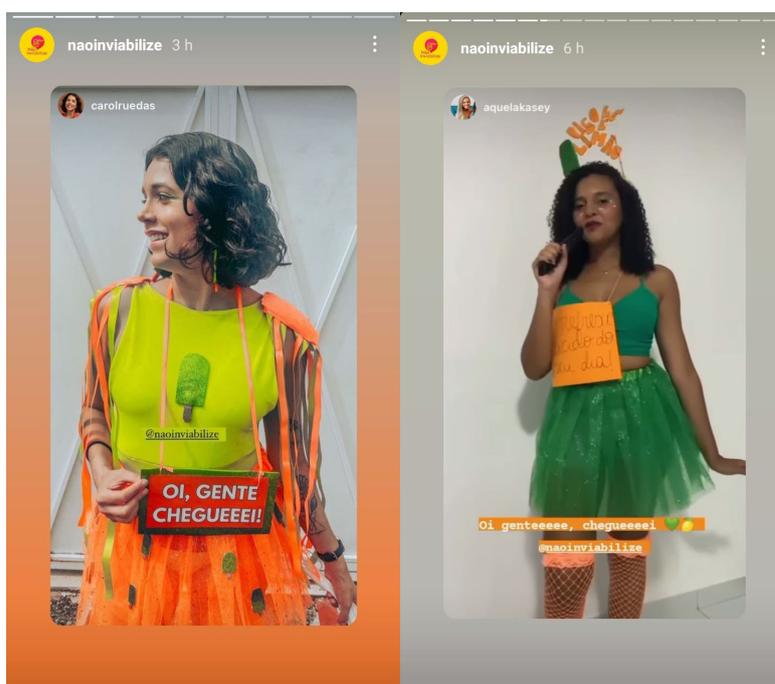
⁵⁷ GRUTA. Podcast Não Inviabilize. Picolé De Limão. *Spotify*. 16 de março de 2023. 16’52’’. Disponível em: <https://open.spotify.com/episode/0ueUuLDTISd10Hnlx0cKMf>. Acesso em: 19 abr. 2023.

⁵⁸ DESAPARECIDO. Podcast Não Inviabilize. Picolé DE Limão. *Spotify*. 27 de fev. de 2023. 13’29’’. Disponível em: <https://open.spotify.com/episode/7irYzP2PCxUvobQreG1Y3Z>. Acesso em: 20 abr. 2023.

⁵⁹ A PILOTO. Podcast Não Inviabilize. Picolé De Limão. *Spotify*. 23 de fev. de 2023. 12’47’’. Disponível em: <https://open.spotify.com/episode/1uyPxmeH1bC3Bxdh8vEavb>. Acesso em 19 abr. 2023.

⁶⁰ SE LIGA. Podcast Não Inviabilize. Picolé De Limão. *Spotify*. 2 de mar. de 2023. 15’55’’. Disponível em: <https://open.spotify.com/episode/1XQcutVzDG5Tg4Ie20EtvR>. Acesso em: 20 abr. 2023.

Figura 12: Público fantasiado do podcast no carnaval



Fonte 14: Instagram @naoinviabilize, stories de 18 e 19 de fevereiro de 2023, respectivamente.

Déia estimula a pela interação dos ouvintes durante a narração de histórias, em muitos momentos para pensar vivências invisibilizadas, como no episódio “GORDA” (23/03/23) quando, antes de apresentar a história da personagem Paula de aceitação do seu corpo com o reforço de referências positivas, pergunta: “[Voz abafada] E aí eu queria saber de **vocês** [...] em que momento – se é que isso aconteceu, né – virou a chave pra você do tipo ‘não vou mais me preocupar com o que as pessoas pensam sobre o meu corpo. [...] começar a se aceitar e falar ‘que se dane, é isso. Tô bem comigo, e é isso.’” (1’38’’- 2’11’’) ⁶¹.

Porém, o auge da convocação da e do ouvinte, como adiantamos, quando passa a ser parte do próprio *podcast*, são as sonoras finais. Podemos citar exemplo de comentário final sobre a temática da aceitação do corpo:

Oi não inviabilizers, aqui é a Narély, eu falo dos Estados Unidos. Paula, ouvir a sua história foi ouvir a minha história. Cada detalhe, cada sentimento que você passou eu compartilho da mesma história. Eu tenho uma irmã gêmea, que era magra, claro. Ela é. A minha vida inteira a gente sempre foi comparadas, sempre fui a irmã feia, a irmã gorda. A bonita só de rosto como as pessoas falavam. Muito obrigada pela sua história. Fui muito bom e maravilhoso quando eu olhei no espelho e falei ‘o que as pessoas pensam de mim é problema delas. Eu não vou deixar de comer alguma coisa, eu não vou deixar de vestir algo porque alguém vai olhar pra

⁶¹ GORDA. Podcast Não Inviabilize. Amor Nas Redes. *Spotify*. 23 de março de 2023. 19’27’’. Disponível: <https://open.spotify.com/episode/2oEa3qzXqa019aTZcFfmln>. Acesso em: 19 abr. 2023.

mim e vai achar feio. Se você não gosta do que você vê, é só você fechar o olho' [Riso]. Um beijo. (16'25''-17'07'').⁶²

Déia acaba os episódios com o pedido para os ouvintes, membros do *Telegram*, para que “sejam gentis” com os personagens mencionados, caso queiram comentar e interagir com a história. Mesmo com a alteração dos nomes das pessoas nas histórias, para resguardar o anonimato dos citados, muitos casos são de ouvintes que participam do grupo no *Telegram*. Observando a participação no *chat*, percebemos que os próprios membros costumam endereçar seus comentários diretamente para estes personagens, pelos nomes fictícios.

Outro elemento é que propagandas de produtos são narradas por Déia de maneira que conversem com a história contada no episódio, sinalizadas sempre com a introdução da *podcaster* “e hoje eu não tô sozinha, meu publi”. É interessante como ela traz questões sobre diversidade até mesmo nesses trechos, como: “Esse novo protetor da Hidrabene não deixa aquele efeito *whitecast*, sabe? [Voz abafa] Sabe o que que é isso? [Voz normal] Quando uma pele negra ou parda passa o protetor e fica cinza, fica esbranquiçada sabe? Eu já sofri muito com esse tipo de produto” (45'' - 1'02'').⁶³

Não só se destaca a questão da raça, como Déia faz menções sobre a importância do coletivo, da sororidade, considerando que a maior parte de seu público é composto por mulheres, é um fator de atração: “Eu me fortaleci, eu me entendi como mulher que precisa de outras mulheres para poder existir para poder viver” (17'17''-17'23'').⁶⁴ No episódio ONG, a espectadora Juliana partilha da concepção de Déia, e explicita isso em sonora final:

Oi gente, aqui quem fala é Juliana de Fortaleza. Déia eu ouvi seu relato, é simplesmente inspirador, é muito incrível ver que onde entra uma mulher e já tem uma mulher com certeza uma vai se tornar a rede de apoio da outra é quase intuitivo eu acho que a maioria das mulheres têm uma história assim para contar e é muito bom ver a preocupação, né, a empatia visando o bem-estar da outra, como a outra está, o que que eu posso fazer para te ajudar e isso realmente é o que muda e o que move o mundo; então desejo vida longa todas as ONGs e todas as mulheres trabalhadoras que inspiram e ajudam outras mulheres. Beijo. (ONG, 2023, 16'30''-17'11'').⁶⁵

⁶² GORDA. Podcast Não Inviabilize. Amor Nas Redes. *Spotify*. 23 de março de 2023. 19'27''. Disponível em: <https://open.spotify.com/episode/2oEa3qzXqa019aTZcFfmln>. Acesso em: 19 abr. 2023.

⁶³ NARCISA. Podcast Não Inviabilize. Picolé De Limão. *Spotify*. 2 de fev. de 2023. 14'18''. Disponível em: <https://open.spotify.com/episode/6R38vtMx6D680kpkgACJq7>. Acesso em: 19 abr. 2023.

⁶⁴ ONG. Podcast Não Inviabilize. Amor nas Redes. *Spotify*. 27 de mar. de 2023. 18'9''. Disponível em: <https://open.spotify.com/episode/2yY5pIOIjbpuVcJwFAJ4BU>. Acesso em 20 abr. 2023.

⁶⁵ ONG. Podcast Não Inviabilize. Amor nas Redes. *Spotify*. 27 de mar. de 2023. 18'9''. Disponível em: <https://open.spotify.com/episode/2yY5pIOIjbpuVcJwFAJ4BU>. Acesso em 20 abr. 2023.

Podemos destacar que o *Não Inviabilize* completou, em 2023, três anos e em comemoração ao aniversário do *podcast* duas histórias foram contadas a partir da perspectiva de todos os personagens envolvidos, com um episódio dedicado a cada perspectiva. Os especiais “LAÇOS” e “PROFESSOR” tiveram, cada um, três episódios, alocados nos quadros Picolé De Limão e Amor Nas Redes. A diversidade de vozes, já presente com a participação do público, torna a experiência de ouvir as histórias ainda mais rica. Esses são exemplos de como a vivência de cada indivíduo da história se choca no encontro, e o olhar para a experiência e produção de sentidos em diferentes angulações faz uma mesma história ter diferentes dimensões, profundidades e mediações envolvidas.

Por fim, os elementos sonoros no *podcast* ajudam a criar o efeito de ambientação típico do *storytelling*, com barulhos e sons que façam referência às ações e lugares citados na história. Quando Déia fala de troca de mensagens por celular, por exemplo, ouvimos por trás o som da digitação de teclas típicas dos aparelhos hoje em dia. Além disso, os sons ajudam a criar apelo emotivo no/na ouvinte, para gerar impacto, dar tom engraçado, de desapontamento, criar um clima de tensão, entre outros.



Fonte 15: Trechos sonoros de episódios do *Não Inviabilize* gravados com o software *Audacity*.

O uso repetido de certos sons e trilhas dá identidade única ao programa, criando um ambiente de maior imersão e intimidade com o ouvinte.

Tanto nos episódios do *Não Inviabilize* como nos do *AFETOS*, pela informalidade e personalização desses programas, podemos associar nos trechos observados das produtoras a comunicação com a ênfase em um tipo de função da linguagem, como sintetiza Samira Chalhub (2000), que é a função fática, cuja intenção está em reafirmar a comunicação, prolongá-la e dar a sensação de contato direto os receptores. Percebemos isso em vários usos convencionais de termos e frases tais quais “tudo bem com vocês?”, “né?”, “sabe?”, “tipo...”; como se produtoras e espectadores/as estivessem em contato, estes pudessem responder. Sem a intenção de adentrar nas especificidades desta função – que segundo a autora enfatiza a manutenção do canal em que a mensagem se veicula, uma visão mais instrumental que difere da proposta de uma conexão afetiva em comunicação –, abordamos aqui um dos sentidos, já que a comunicação envolve várias funções em conexão, que se

mostra forte nestes *podcasts* e condiz com a intenção de criar ambientes de diálogo e acolhimento.

SEGUNDO TERRITÓRIO AFETIVO: experiência dos ouvintes no *Telegram*

É comum que *podcasters* e sua audiência realizem trocas por meio mídias sociais, pessoais ou dos próprios *podcasts*. Alguns exemplos são publicações em sites como *Instagram* e *Twitter*, comentadas, compartilhadas e por meio de reações como “curtir”. Não são todos, porém, que criam um canal direto de comunicação com o público, como é o caso dos grupos no *Telegram* do *AFETOS* e *Não Inviabilize*, que permitem o envio de mensagens de forma síncrona, interação direta entre produtoras e espectadoras(res), e conversas entre os próprios membros da audiência. Além das características dialógicas e de interpelação dos/das ouvintes nos próprios *podcasts*, os ambientes de partilha no *Telegram* potencializam a comunicação, e uma comunicação sensível e intimista, das experiências de seus e suas ouvintes.

Entendemos que o *podcast* atinge a sensibilidade do ouvinte, sendo este provocado a elaborar, refletir e partilhar significados e sentidos a partir do conteúdo escutado. Promover espaços como os grupos para trocas mais próximas da experiência face a face, coloca os/as ouvintes em contato com uma comunidade reunida em torno de um gosto comum – a escuta do *podcast* –, e possibilita tanto a prospecção de novas pautas como novas provocações, debates e discussões que além de estéticas são também, como veremos, políticas. Os participantes se engajam, através do contato direto com seus próprios números de celular.

Para observar as interações no *Telegram*, nos comentários e diálogos, partimos da noção *a priori* de que a recepção – entendida como um processo complexo de estéticas e poéticas quando em ambiente comunicacional – está envolta de condições diversas, mediadoras, para a produção de sentido. É nas mediações de Orozco Gómez (2005) que buscaremos localizar tais contextos, partindo das mediações referenciais, institucionais, cognitivas, tecnológicas e situacionais (trabalhadas anteriormente). As mediações múltiplas de Orozco Gómez (2005),

elaboradas na observação da recepção, podem ser apropriadas no âmbito da experiência estética como balizamentos, em que estão borrados os limites entre produção e recepção, entre poética e estética. Elas são utilizadas como base para encaixamos eixos temáticos discutidos nos grupos do *Telegram*, criados *à posteriori*. Tal abordagem nos auxilia a resguardar a identidade e informações sensíveis dos membros dos grupos. Assim, optamos por uma metodologia inspirada em uma análise de conteúdo – comumente utilizada a partir de Laurence Bardin – para a criação de categorias por assuntos recorrentes discutidos pelos/as ouvintes nos *chats*. Para isso, acompanhamos as mensagens de cada grupo no primeiro trimestre de 2023.

As interações e relações ocorridas nos grupos do *Telegram*, considerando que já têm um bom tempo de existência, deixam de ser somente lugar de discussão posterior à escuta de episódios, limitada aos conteúdos discutidos no programa. Cria-se um processo de “resposta sensível”, como diz Benjamin Picado (2019, p. 10):

[...] uma tal abordagem estética da comunicação faz inflexões ainda mais importantes sobre os fenômenos e processos de nosso campo, quando deslocam sua episteme de base de uma atenção aos “produtos” mediáticos para aquele das “dinâmicas interacionais” que os antecedem e até mesmo os condicionam.

A comunicação permeada por afetos e emoções que ocorrem nos grupos são ponto de partida de discussões das produtoras nos *podcasts*, ou seja, atuam junto com as *podcasters* na construção do que são os programas *AFETOS* e *Não Inviabilize*. Consideramos, ainda, a intersecção entre ouvintes destes dois programas no quadro *AFETOS te ajuda*, do *AFETOS*, e como essa união atua junto aos ouvintes.

Lembramos em Ciro Marcondes Filho (PICADO, 2019) a noção interacional da comunicacional como experiência estética, que trata do envolvimento entre os seres e os objetos – ou mesmo entre seres mediados pelos objetos –, como são afetados por eles, geram significações e compartilham essas significações criando outras no coletivo, em um ciclo infinito de novas experiências e percepções. É nesse sentido do contato com um produto e com o Outro, com os *podcasts* e entre membros fãs desses *podcasts*, que podemos pensar que acontece a comunicação como experiência estética complexa: em compartilhamento de sensações e histórias, em interações entre membros por meio de mensagens, no contato direto com as produtoras que pode alterar o produto com novas pautas, na percepção da forma e dos conteúdos dos episódios em um contexto geral de vivências heterogêneas, múltiplas, interseccionadas.

Em Ciro Marcondes Filho temos uma a diferenciação entre as ideias de “perceber” e de “significação” (PICADO, 2019), como categorias que nos ajudam a compreender como os episódios são sentidos, afetam a percepção dos ouvintes, e quais os significados gerados, em conexões com outras formas de conhecimento e outras experiências. E o campo sonoro é especialmente interessante em se pensar a experiência estética, pois ao mesmo tempo que arrebatada no momento da escuta, nos faz criar imagens e representações mentais resultantes de nossas mediações, nos gera sensações, nos afeta.

Não se trata de entender o que cada episódio quer dizer, mas como nos interpela, o que sentimos, o que entendemos e levamos conosco. É o que buscaremos observar quanto à experiência individual e coletiva dos e das ouvintes do *AFETOS* e *Não Inviabilize*, que está não só na sensação visceral dos *podcasts* em cada ouvido, mas sobre toda uma relação criada entre processo de escuta, surgimento de pautas, relacionamento com produtoras, participação de ouvintes, como carregam o que ouviram em seu cotidiano e como seu cotidiano atua na significação do que ouviram. O coletivo, aqui, é imprescindível. E é nos grupos que enxergamos esse coletivo de forma mais “material”, “concreta”.

A seguir, explicitamos os métodos utilizados para prezar pela ética no tratamento de informações e partilhas pessoais dos membros nos grupos do *Telegram*, e como a resolução de tal questão é construída a partir da ideia de construção de categorias, ou eixos temáticos, que fazem referência às experiências e assuntos tratados nesses ambientes.

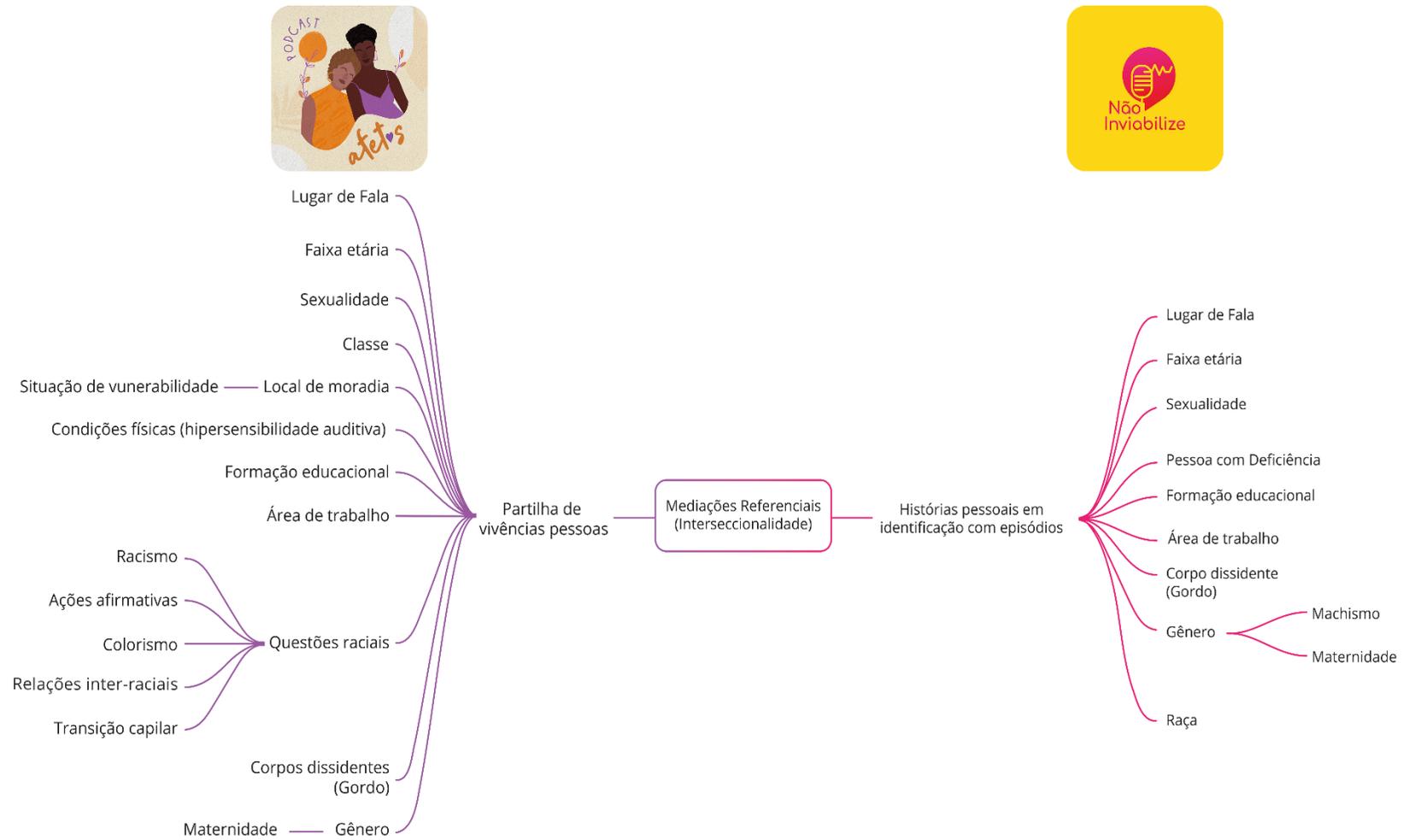
Para o monitoramento de mensagens no *Telegram*, optamos por duas estratégias. A busca por data de publicação dos episódios do *AFETOS*, em seu grupo, para verificar interações a partir da disponibilização do conteúdo no *Spotify*; e no caso do *Não Inviabilize*, pela grande quantidade de mensagens diárias e episódios, delimitamos episódios publicados tomando como parâmetro as datas próximas aos episódios do *AFETOS* (episódios de ambos os *podcasts* destacados em cinza na Tabela 2), assim a busca por mensagens no *Telegram*, neste caso, deu-se pela “#” com o título dos episódios – optamos por recolher mensagens somente a partir da publicação de episódios no *Spotify*, para considerar a participação de ouvintes que acessam o conteúdo de forma gratuita, já que assinantes têm acesso aos episódios com muita antecedência.

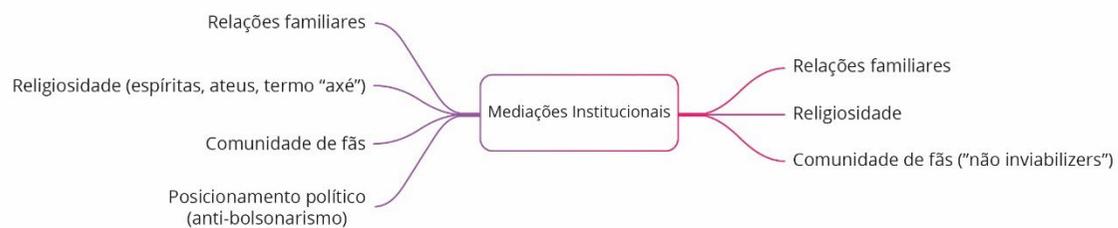
Em consideração à participação de membros do *Não Inviabilize* no grupo no *Telegram*, percebemos que a experiência do ouvinte não assinante pode ficar “comprometida”, já que assinantes discutem os conteúdos publicados com muita antecedência e aqueles que acessam os episódios somente pelo *Spotify* só conseguem ter

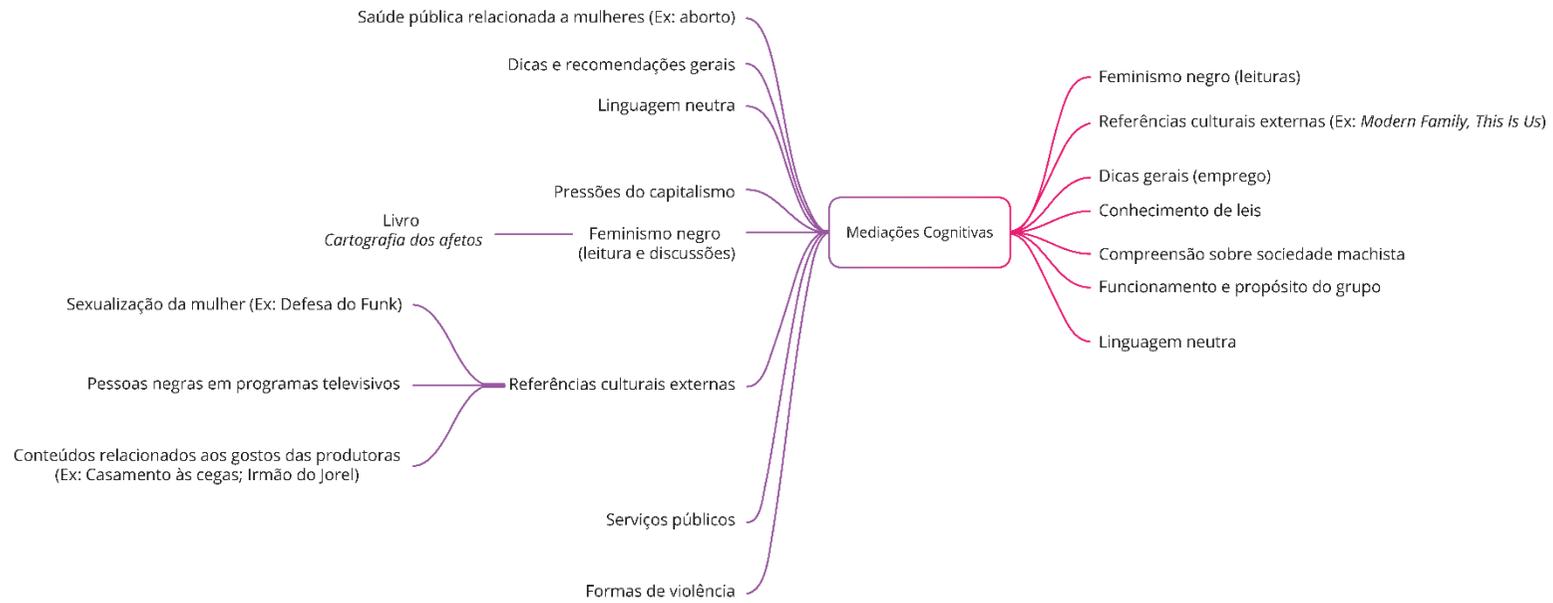
conhecimento do conteúdo do episódio depois de muito tempo para finalmente compreender as interações. Essas discussões ficam fora de contexto para os não assinantes, mas podemos partir da hipótese que isso pode ser uma estratégia para reforçar a relevância da assinatura, para que ouvintes assinem o *podcast* e se sintam pertencentes às discussões e não recebam *spoilers*.

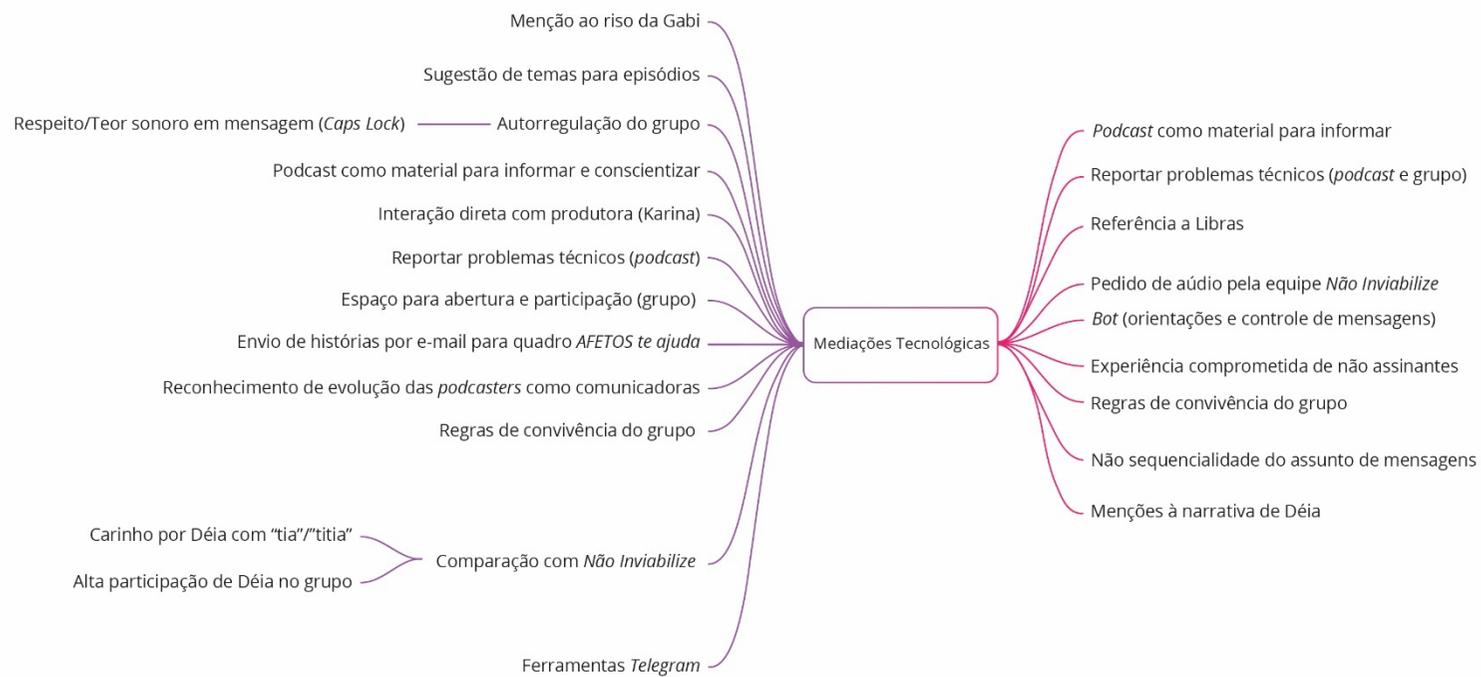
As mensagens foram recolhidas de janeiro a março de 2023. A partir delas, as temáticas foram sintetizadas em categorias posteriormente enquadradas nas mediações propostas por Orozco (2005), conforme a visualização:

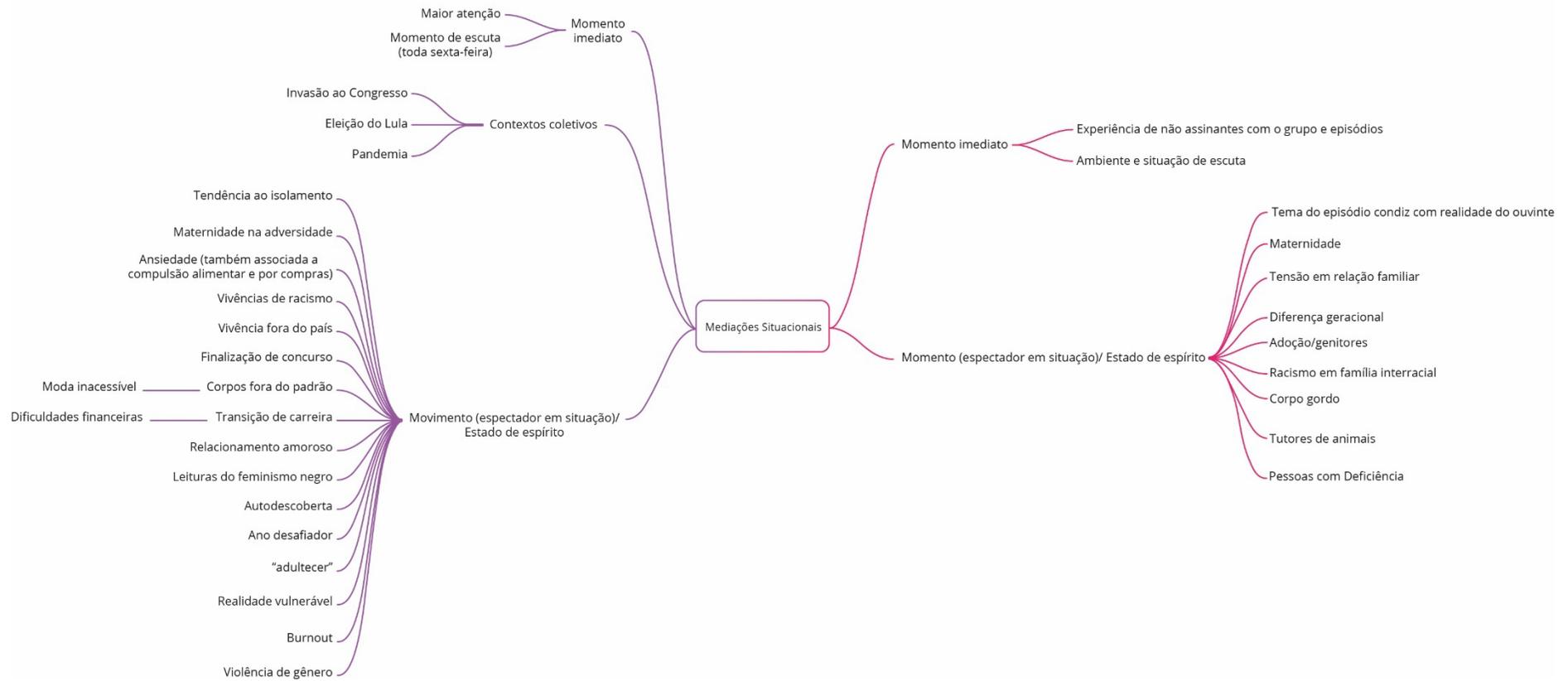
Figura 13: Mapa de categorias temáticas de cada *podcast* enquadradas nas mediações de Orozco Gómez (2005)











Fonte 16: Produzido pela autora, adaptado por Isabela Romanini.

4.2 Grupos no *Telegram*

O *Telegram* é um aplicativo – semelhante ao *Whatsapp* – que possibilita interação por meio de mensagens, áudios, imagens, documentos, compartilhamento de arquivos e *links*, reações às mensagens de outros participantes e mesmo o uso de figuras, como emojis, figurinhas e *gifs*. O aplicativo conta com recursos de inteligência artificial, os *bots*, para mensagens automáticas e outros recursos, como transcrição de áudio. Um de seus diferenciais é a possibilidade de encontrar grupos por meio da ferramenta de busca, ou seja, não é preciso que alguém dentro do grupo adicione mais participantes ou que seja compartilhado um *link* de acesso. Basta pesquisar, por exemplo, “afetos podcast” que o grupo de membros do *podcast AFETOS* aparece. Na mesma barra de pesquisa, são apresentadas mensagens que mencionam os termos pesquisados.

Os administradores desses tipos de grupos podem criar regras de convivência que são “observadas” e/ou “informadas” por *bots* (literalmente, robôs – *robot*, no inglês) em mensagens automáticas, a depender do uso de certas combinações de palavras. O grupo do *Não Inviabilize*, por exemplo, possui um *bot* que avisa quando novos episódios do *podcast* são disponibilizados, apaga mensagens sem o uso de *hashtags* referentes aos episódios do *podcast* e mensagens muito longas. O uso de certas *hashtags* também gera respostas automáticas.

Outro recurso do *Telegram* é que administradores podem bloquear o envio de mensagens por parte dos participantes por períodos determinados ou não. No caso do *Não Inviabilize*, com um número enorme de membros, o grupo é “fechado” em torno das 19h e volta a permitir envio de mensagens às 9h. Os administradores podem definir suas regras, como mostrado anteriormente. Não se trata, aqui, de uma rede social conforme define Recuero (2011), que possua *feed* como *Twitter*, *Facebook* e *Instagram*. Apesar de ter sido no *Twitter* que as interações entre produtoras e espectadores do *AFETOS* e do *Não Inviabilize* se iniciaram, logo se apropriaram do *Telegram*, cujo foco é a troca de mensagens em tempo real.

Considerando os acessos por *smartphone*, a mais recente pesquisa de janeiro de 2023 *Panorama Mobile Time/Opinion Box – Mensageria no Brasil*⁶⁶ mostra que o *Telegram* é o quarto aplicativo de mensagens mais usado pelos brasileiros, principalmente para participação em canais específicos, alcançando grade popularidade desde 2022. A maioria dos usuários da plataforma está dentre a faixa etária de 16 a 29 anos, sendo mais homens do que mulheres, e

⁶⁶ Disponível em: <https://www.mobiletime.com.br/pesquisas/mensageria-no-brasil-fevereiro-de-2023/>. Acesso em: 25 jul. 2023.

de classes A e B, comparado com C e outras. Ao possibilitar o diálogo e compartilhamento de informações entre pessoas, porém, diversas pesquisas demonstram como o *Telegram* foi e vem sendo utilizado também como ferramenta de disseminação de informações falsas e discursos de ódio, e mesmo articulação de grupos extremistas e radicais.⁶⁷

Carlos d'Andréa (2020, p. 45) se refere ao *Whatsapp* como uma “plataforma de comunicação instantânea” ou “serviço”, e que podemos nos apropriar para pensar o *Telegram*, ferramenta muito semelhante. Ao discorrer sobre o dinamismo dessas redes, D'Andréa (2020) se refere à ideia de controvérsias: “Nesses casos, as plataformas não são – a princípio, pelo menos – o tema central das controvérsias, mas sim a ambiência em que os atores agem em busca de visibilidade”. Nos grupos existe a delimitação de um espaço mais específico, com maior tendência de participantes compartilharem gostos, ideologia e vivências baseados nas temáticas dos *podcasts* que escutam, mas não por isso os dissensos estão ausentes.

As próprias *podcasters* do *AFETOS* apontam que “precisamos lembrar que uma rede social não necessariamente significa uma rede comunicacional de apoio, e no fim das contas relações humanas se dão mais no abraço da vida real do que nas interações de uma postagem.” (VIEIRA e OLIVEIRA, 2022, p. 79), pensando que as mídias sociais “são um recorte preciso, editado e higienizado do que as pessoas querem que a gente veja” (VIEIRA e OLIVEIRA, 2022, p. 44). Porém, a referência aqui é às mídias com *feed*, no sentido da exposição proposital dos *perfis* em publicações editadas ou que reforcem estereótipos que não condizem com a vivência cotidiana. A discussão faz sentido num contexto geral de plataformas como o *Instagram*, mas se observarmos o ambiente interacional que criam com seus *podcasts* no *Telegram*, temos uma exceção, com a criação de redes de partilha, ambientes de diálogo e proximidade. É esta a questão que buscamos compreender.

4.2.1 Sobre ética e composição do *corpus* da pesquisa

A escolha dos grupos do *Telegram* considerou a maior interatividade e diálogos em tempo real entre ouvintes e com as produtoras. O monitoramento dos grupos no *Telegram* do *AFETOS* e *Não Inviabilize* ocorreu entre os meses de janeiro e março de 2023, e levou em consideração critérios éticos. Consultamos o relatório da *Internet Research: Ethical*

⁶⁷ Em 2023, a Justiça Federal do Espírito Santo pediu a quebra de sigilo de dados cadastrais de membros de grupos neonazistas no *Telegram*. Em 26 de abril, a ferramenta chegou a ficar suspensa, sem possibilidade de acesso ou envio de mensagens. Em 10 de março, o ministro do Supremo Tribunal Federal pediu acesso a informação desses grupos, que se descumprida obrigava novamente suspensão do aplicativo no Brasil, por 72 horas.

Guidelines 3.0 (2020), cujas orientações envolvem o ocultamento dos nomes de indivíduos participantes, ou uso de pseudônimos, e não utilizar informações em geral que possam identificar os participantes, a menos que haja consentimento.

Para evitar influenciar a dinâmica das conversações nos grupos, já que participantes podem alterar ou evitar interações devido ao conhecimento de tal observação por parte da pesquisadora, procuramos alternativas para acessar a experiência dos ouvintes com a mínima intervenção possível nos grupos. Tomando como exemplo pesquisas sobre interações no *Telegram*, optamos por seguir orientações sintetizadas por Nascimento et al. (2022, p. 39):

A pesquisa social na era digital levanta novos questionamentos e a necessidade de renovados parâmetros éticos de investigação (Salganik, 2018). Por conseguinte, tomamos medidas para proteger os usuários [...] mediante algumas estratégias. A primeira delas, como relatamos acima, foi restringir os chats analisados aos de acesso/visibilidade pública, ou seja, nós evitamos analisar chats secretos ou mensagens individualizadas de determinados usuários. Além disso, procedemos com a anonimização da origem das mensagens e usuários através do uso das ids (identificadores únicos de chats e usuários). Com isso nós asseguramos o total anonimato dos mesmos impossibilitando a detecção de suas reais identidades. Por fim, como mencionamos anteriormente, os usuários do *Telegram* utilizados para a extração dos dados assumiram a posição de *lurker*, ou seja, não foi realizado nenhum tipo de interação e/ou produção de conteúdo no grupo.

Não trazemos, por isso, mensagens individualizadas dos membros ou *prints* de conversas, mas temáticas das conversações que podem identificar formas de participação e experiências dos/das ouvintes. Dessa forma, realizamos observação dos *chats* abertos sem a interação da pesquisadora. Nossa fonte de informação primária foram, sim, as mensagens compartilhadas, mas que generalizamos em categorias de interação separadas por assuntos recorrentes nas discussões, guiados pelas mediações de Orozco Gómez (2005) e partindo das datas de publicações dos episódios dos *podcasts*, já que é possível pesquisar por datas específicas no campo de buscas do *Telegram*.

Em *Internet Research Ethics for the Social Age* (ZIMMER; KINDER-KURLANDA, 2017), inspirados no capítulo *A feminist perspective on ethical digital methods*, também achamos importante pensar uma “ética do cuidado” em pesquisas qualitativas com tratativa feminista. Ou seja, é preciso considerar valores do feminismo como “respeito à diversidade [...], prestar atenção à nossa responsabilidade como pesquisadoras em não causar mal às comunidades com as quais trabalhamos, mesmo que queiramos gerar potencial engajamento para transformações (Edqards & Mauthner, 2012)” (ZIMMER; KINDER-KURLANDA, 2017, p. 23). O texto ainda aborda a inclusão de perspectivas decoloniais, da representação

das mulheres e problematiza uma suposta neutralidade da pesquisadora. Como explicitado no início, esta pesquisa é realizada por uma mulher, que apesar de não se encaixar em todos os aspectos interseccionais das produtoras e ouvintes dos *podcasts*, também está envolvida nas vivências e opressões de gênero.

Devido à experiência estética não tratar somente de reações imediatas mediante ocasiões ou produtos, mas também elaborações por parte dos/das espectadores/as, que associam informações, sentimentos e sensações vivenciadas com os *podcasts* com seus outros contextos vividos, outras mediações, o acompanhamento dos assuntos nos grupos se estendeu no tempo de forma hipertextual. Muitas vezes não é na data de publicação dos episódios que os membros mais comentam, mas dias depois, e com frequências participantes respondem diretamente uns aos outros – mensagens se ligam uma à outra em uma rede orgânica, que estende o diálogo entre os membros no tempo.

Tomando como referência, ainda, a discussão de metodologias de pesquisa na internet de Fragoso, Recuero e Amaral (2011), consideramos que o caráter dos nossos dados é semipúblico, já que apesar de os grupos pedirem “cadastro” para participação – clicar na opção “entrar no grupo” –, qualquer um poder fazer parte sem necessidade de autorização ou assinatura. Este seria um caso em que não haveria necessidade de autorização para divulgação de dados neste tipo de sistema aberto, mas optamos pela formulação de categorias seguindo outras fontes. Em outro momento, consideram que em alguns “casos, uma abordagem direta pode dispersar um grupo ou comunidade observado, ou alterar irremediavelmente seu comportamento” (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2011, p. 22). O que acreditamos ser o nosso caso, que se centra em práticas de sociabilidade, solidariedade e manutenção de relações de afetos de forma *online* (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2011).

A pesquisa por data considerou a construção de amostras intencionais, não identificadas, que procuram o máximo de informação, qualidade e utilidade para responder à pergunta da pesquisa. As amostras intencionais são “[a]mostras qualitativas, cujos elementos são selecionados conforme critérios que derivam do problema de pesquisa, das características do universo observado e das condições e métodos de observação e análise” (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2011, p. 78). A partir delas, sugerimos categorias por eixos temáticos abordados nos grupos. Neste caso, os achados das experiências destes grupos não devem ser estendidos a uma experiência universal de todos os membros ou de quaisquer audiências de ouvintes de *podcasts*. Usamos recortes atuais para a pesquisa, com elementos significativos

para o problema desta pesquisa, na busca de compreender relações desconhecidas da experiência estética de ouvintes de *podcasts* específicos.

4.3 Grupo *AFETOS*: categorias de interação

A partir do acompanhamento das discussões no grupo do *AFETOS* no *Telegram*, percebemos que assuntos e temas que afetam as produtoras se assemelham frequentemente às vivências de seus/suas ouvintes. Não só existe uma compreensão compartilhada de opiniões, mas mesmo nos desacordos os diálogos tornam-se construtivos para pensar formas de convivência, existência e mesmo (re)existência.

O grupo surge na intenção de ser o local onde primeiros se compartilham os episódios e novidades do *podcast* para o público. No episódio “INTUIÇÃO – AFETOS #181” (16/03/2023), por exemplo, Karina reforça que para além deste ambiente de trocas em primeira mão das produções, ela e Gabi aproveitam o grupo para “desenvolver” os assuntos conversados no *podcast*. Recentemente, a produtora compartilhou outras intenções deste espaço: “Aqui iremos divulgar os temas em primeira mão, as novidades que acontecerão com o *podcast* e também receberemos sugestões para os próximos episódios! Elogios, críticas e puxões de orelhas são bem-vindos, desde que com responsabilidade e respeito. Esse é um espaço para ficarmos mais próximos”.

A criação do grupo em agosto de 2020 foi muito celebrada, com comentários que demonstravam alegria e satisfação pelo novo espaço. Há, desde o começo, um reforço deste local como território de partilha, de compartilhamento de assuntos e de diálogo, de ter com quem conversar sobre os conteúdos do *podcast*, que consideram muito necessários. É comum descreverem as sensações geradas pela escuta do *AFETOS* como de proximidade e acolhimento, percebido pelo uso de frases como sentir estar em uma “mesa de bar”, ser uma “terapia”, gerar “sentimento de intimidade”, de “autopercepção” e “identificação”, até mesmo como se fosse “chorar com amigas”. O apoio emocional encontrado neste espaço é alto e o respaldo do público mostra que o *podcast* prende a atenção.

Desde o começo, espectadoras e espectadores compartilham histórias pessoais que relacionam ou não com os episódios. Os membros enviam opiniões sobre os episódios, se gostaram ou não, e o porquê, refletindo sobre questões do *podcast* com exemplos reais, muitas vezes se identificando com as histórias ou mesmo contestando as discussões do *podcast*. Além disso, também lançam pedidos de aconselhamento e partilham suas

experiências sensíveis sem necessariamente partir de um episódio como gancho. Conversam sobre vivências e resoluções pessoais, profissionais, com partilha de oportunidades que reforçam ações afirmativas e sobre outros conteúdos culturais que possam interessar o grupo em geral.

No grupo *AFETOS*, as partilhas envolvem reflexão sobre temas sensíveis, como relações familiares, racializadas, sentimentos de autossuficiência e cobranças sobre si mesmo, além de outras formas de afetação que envolvem o universo das produtoras em contato também com seus ouvintes. Partindo das mediações de Orozco Gómez (2005), temos as seguintes percepções:

4.3.1 Mediações Referenciais

Como o autor sugere (OROZCO GOMÉZ, 2005), estas mediações são a base de todas as outras, pois perpassam os assuntos e intenções dos membros, como veremos nas categorias que sintetizam os eixos temáticos discutidos no grupo – destacadas em negrito. Consideramos aqui características da interseccionalidade para ajudar a localizar esses temas incluídos nas mediações referenciais.

Primeiramente, as mensagens avaliadas reforçam a composição do público, pois a maioria das participações são de mulheres, em torno dos 20 a 30 anos, e muitas são as pessoas negras: variáveis que aparecem com frequência nas partilhas. Fala-se muito sobre as dificuldades de tornar-se adulta e fazer novas amizades nessa **faixa etária**. E até mesmo a noção de “mulher” parece referenciar uma pessoa adulta, independente e empoderada, a ponto de algumas participantes não se sentirem “merecedoras” de se considerarem “mulheres”.

De forma genérica, alguns membros se identificam como “integrantes de culturas minoritárias”, o que é reforçado em diferentes contextos. Quando são compartilhadas vivências vulneráveis como de **local de moradia**, por exemplo, vemos referências a moradores de favelas, lugares descolados dos centros, mas também contextos diversos como do “sertão nordestino”, cidades interioranas e capitais.

A **sexualidade** é também campo de discussão de vulnerabilidades, violências e vivências. Existe uma identificação equilibrada de membros heterossexuais e LGBTQIA+, e tal fator aparece frequentemente nas discussões sobre identidade e reconhecimento do outro. Em alguns momentos, a discussão sobre discriminação racial leva à partilha de histórias de

membros que se identificam como bissexuais, gays e lésbicas, por exemplo, como uma condição que os coloca em dinâmicas de compreensão sobre vivências diversas.

A **classe** é outra categoria encontrada nas conversas do grupo, e aparece mais explicitamente na discussão do local de moradia e sobre condições financeiras precárias. Fica claro que os membros se enquadram em classes sociais menos privilegiadas ou medianas, que incluem a necessidade de trabalhar desde jovens, arcar com custos dentro de casa e nos estudos, e ainda foram várias as partilhas sobre endividamento. **Finanças** é um assunto que sempre retorna nas discussões – os e as participantes pedem ajuda sobre organização financeira em realidades precárias e as sugestões encaminham debates sobre consciência de classe, como quando citam a preferência pelas dicas para pessoas de baixa renda da *influencer* negra “Nath Finanças”. Não só aqui, como em outros momentos, vemos a presença marcante da Déia, do *podcast Não Inviabilize*, participando das discussões e mesmo se dispondo a ajudar os membros na organização de suas finanças, de forma gratuita.

Diversas são as questões de **gênero** trazidas, associadas à sexualização das mulheres, ao machismo, à negritude, ao debate sobre corpos dissidentes – com ênfase nas mulheres gordas – e à maternidade. As ouvintes sentem-se à vontade para compartilhar inseguranças e momentos de discriminação, o que reforça a ideia de um ambiente de pertencimento e intimidade, e criticam a construção de padrões estéticos e relações hierárquicas inferiores de mulheres na sociedade. A maternidade, incluída na categoria de gênero, aparece tanto na discussão sobre as relações entre mãe e filhos no contexto racial, como da mudança das relações de amizade após tornar-se mãe.

Em relação aos corpos, há relatos de gordofobia, do sentimento de ansiedade e mesmo sobre compulsão alimentar relacionados à rejeição da sociedade a diferentes padrões que não de mulheres magras. O debate alcança a falta de normalização dos **corpos dissidentes** na indústria da moda, sobre a mídia e *influencers* que reforçam a magreza, e os “olhares” de “rejeição” e fetichização do corpo feminino gordo. Não existem menções específicas a PCD – Pessoa com Deficiência, mas **condições físicas** são apontadas, por exemplo, quando, para reportar problema na estrutura narrativa do *podcast*, uma espectadora indica ter “hipersensibilidade auditiva”, e sugere a sincronização dos volumes de áudio das produtoras.

Vários ouvintes mencionam temas de pesquisas de trabalhos de conclusão de curso, mestrado e doutorado, o que demonstra que o público está inserido em uma **formação educacional** a nível de ensino superior, entendida aqui como fator para maior criticidade e erudição deste público.

A **área de trabalho** é incluída nestas mediações no sentido das discussões no grupo de condições de trabalho, direitos, experiência em empregos e demandas que geram em vários membros angústias, e mesmo “Burnout”, tema do episódio de número 179 do *AFETOS*. Trata-se de uma experiência que parece comum entre os e as ouvintes. As análises de temas dos episódios e debates dos/das espectadoras por vezes é permeada pelo olhar da área profissional, como quando psicólogas partilham suas concepções dos temas. Em outros momentos, conhecimento de direitos, e mesmo angústias da profissão, são apresentados por advogadas. Também são citados os ramos de recepção, saúde e bancário.

As **questões raciais** são uma das mais debatidas no grupo, tanto por mulheres como por homens. São inúmeros os relatos de racismo estrutural – a exemplo de serem sempre confundidos com funcionários em estabelecimentos comerciais ou perseguidos em ambientes públicos, no contexto de uma sociedade que não aceita ver pessoas negras em posição de superioridade; sobre colorismo, ou como chegam a dizer um “negrômetro”, e a maior “passabilidade” de pessoas negras com tons de pele mais claros em diversas oportunidades e relacionamentos afetivos; sobre a dificuldade das relações inter-raciais em contextos familiares discriminatórios; e da recorrência da falta de conscientização de pessoas brancas sobre o tema. Mulheres negras partilham a condição de solidão, da dificuldade de terem relacionamentos amorosos. Outro ponto é a “transição capilar” citada como o momento de mudança na consciência de ser mulher negra na sociedade. Além disso, esses contextos são relacionados à afetação da “saúde mental” das pessoas pretas, e de forma recorrente os próprios membros se identificam nas histórias partilhadas entre ouvintes, oferecendo palavras de apoio e esperança.

Tais questões de ser mulher negra e/ou gorda aparecem também quando discutem outros gostos comuns, de como essas características são negligenciadas em relacionamentos afetivo-amorosos em programas televisivos. Vemos que o grupo é aberto ao compartilhamento dessas histórias pessoais e outros conteúdos e *links*, alguns relacionados à categoria de **ações afirmativas**, quando membros sugerem vagas de emprego, cursos e perfis dedicados a pessoas negras e pardas. Esses tipos de interação aparecem categorizados também em outras mediações em nossa avaliação, o que demonstra a fluidez e entrelaçamento entre diferentes contextos e vivências que atuam nas formas de recepção e produção de sentido.

As categorias encontradas parecem ser impulsionadoras para a aproximação com os temas sensíveis do *podcast*, que trata de vivências que se relacionam com realidades próximas

às de seus e suas ouvintes. Tais aspectos estão presentes quando membros partilham a sensação de acolhimento e empoderamento desde a escuta até os diálogos no grupo.

As espectadoras e espectadores compreendem que esses elementos podem influenciar nas formas como lidam com situações da vida e na produção de sentidos, de experimentação, dos temas discutidos nos episódios do *podcast* e no grupo. Por isso, outra categoria mais ampla que encaixamos aqui é a consideração do **lugar de fala**. Os próprios membros reconhecem a importância das mediações referenciais quando dizem, por exemplo, que falam do “lugar de um homem gay e negro”, ou que “talvez a opinião de uma mulher preta seja mais assertiva” quando respondem a determinadas demandas de outros participantes.

4.3.2 Mediações Institucionais

São vários os grupos, instituições e tendências observadas nas mensagens do *Telegram*. Percebemos uma **inclinação ideológico-política** voltada aos valores da “esquerda”, principalmente quando se expressam contra o “bolsonarismo” e o “fascismo” em recentes acontecimentos no Brasil: no caso, a invasão ao Congresso no início de 2023. Apesar disso, não são mostrados vínculos institucionais fortes no sentido de partidos ou organizações, mesmo que figurinhas com referência a figuras do socialismo tenham, no passado, sido compartilhadas no grupo. Existe uma consciência de raça intrínseca a essas manifestações quando falam, por exemplo, que se esses acontecimentos políticos fossem “na comunidade já teriam mortos”, ou mesmo “se fossem pretos com madeira na mão não deixariam pisar no gramado”, em referência à Brasília. Como vimos, e continuaremos a ver, a percepção das categorias mostram o entrelaçamento entre diferentes mediações, com ênfase nas mediações referências junto a todas as outras.

No âmbito das **relações familiares**, as vivências são marcadas pelas relações de raça, dificuldades de relacionamento e maternidade. As discussões dos episódios parecem afetar os e as ouvintes especialmente no episódio “IRMÃOS, FILHOS E PAIS. PART ELISAMA SANTOS #177” (16/02/23), que gerou vários comentários sobre a identificação de vivências pessoais com os exemplos trazidos no *podcast* e mesmo causou “reflexão” sobre a “convivência” familiar.

A **religiosidade** aparece quando, por exemplo, vemos a identificação de ouvintes “ateus” e marcas de religião afro-brasileira na saudação de membros com o termo “axé” e menções à ancestralidade, mediunidade, e termos mais genéricos como “fê”. A produção de

significados para certas partilhas, em especial quando comentam as histórias contadas no quadro *AFETOS te ajuda*, também parte por vezes de um olhar espiritualista.

Existem grupos de apropriação semelhantes. Os membros são fãs de pessoas e produções culturais parecidas. Mesmo que não cite nomes de coletivos ou aspectos doutrinários em geral, consideramos também aqui a **comunidade de fãs** do grupo do *AFETOS* como uma categoria das mediações institucionais, visto a recorrência de menções a este ambiente como lugar em que os membros se “fazem companhia”, como espaço de “acolhimento”, para pedido de conselhos e opiniões, e da sensação de pertença gerada.

Em momento pontual, vemos o compartilhamento de perfil do *Instagram* de participante, como forma de dar visibilidade a seu trabalho na mídia. Em razão das normas de funcionamento desta plataforma, e a normalização de práticas de *influencers*, sendo esta partilha um exemplo, entendemos também este fator como institucional.

4.3.3 Mediações Cognitivas

O repertório cultural e intelectual dos sujeitos está presente nas mensagens partilhadas. Já vimos que dentre os e as ouvintes do *AFETOS* a formação educacional é alta, o que os coloca em contato com níveis mais densos de leitura teórica. Mas para além desta condição mais institucional, percebemos a facilidade dos membros com temas diversos.

Existe um conhecimento e interesse das ouvintes pelas reflexões trazidas pelo **Feminismo Negro** para pensar a sociedade, a condição das mulheres e homens negros, e a diversidade em geral. São citadas principalmente a realização de leituras das autoras bell hooks e Audre Lorde, que se somam às indicações feitas pelas produtoras do *podcast*. Na mesma linha, com menor ênfase considerando o contexto do *podcast*, espectadoras citam de forma positiva a recepção do próprio **livro *Cartografia dos Afetos*** de Gabi Oliveira e Karina Vieira, que traz discussões sobre sentimentos como insegurança, amor, prazer e sensação de vulnerabilidade; além de temas sobre relacionamentos e solidão da mulher negra, relações raciais e masculinidades, leituras descolonizadas, saúde mental e até mesmo a ideia de *escrevivências*, de Conceição Evaristo.

Há também as **referências culturais para além do *podcast*** trazidas pelo próprio público, e que mostram gostos e costumes parecidos quando compartilham opiniões sobre pessoas negras em programas televisivos e séries como “Casamento às cegas” e “Big Brother Brasil”, e até perfis de *influencers* negros, de finanças etc. Alguns desses conteúdos fazem

referência às produtoras, ao citarem a situação do mercado editorial lembrando que a *podcaster* Karina já foi livreira, ou o desenho “Irmão do Jorel” que a apresentadora também gosta. Chegam a dizer que começaram a consumir determinado conteúdo por influência do que é compartilhado pelas apresentadoras no *podcast*. Também foi mencionada a série norte-americana “This is Us” que aborda relações familiares inter-raciais.

Vemos mensagens dos e das expectadoras com **dicas gerais**, especialmente sobre produtos e hábitos relacionados aos temas referenciais e institucionais, como ferramentas para finanças, dispositivos de leitura (*Kindle*), cursos, e até mesmo sobre o funcionamento do *Telegram*.

Observamos que as participantes estão envolvidas em contextos de uso e valorização dos **serviços públicos**, e por isso entendem problemáticas relacionadas ao tempo gasto em transportes, que atinge principalmente mulheres, e como o aborto é uma questão de saúde pública. Além de demonstrar inclinação política, essas menções mostram ambientações e condicionamentos comuns que atuam nas formas de recepção. Outro ponto é seu conhecimento e vontade de discutir formas de violência, como a doméstica e de gênero.

Existe até mesmo uma consciência por parte das e dos espectadores sobre as **pressões externas postas pelo sistema capitalista**. Trata-se de um público crítico, que busca a conscientização de classe, raça e gênero, e utiliza do espaço dado pelo *podcast* em seu grupo no *Telegram* para discutir e refletir sobre essas questões. Os temas dos episódios lhes são familiares no cotidiano, aos seus estados emocionais.

O uso de **linguagem neutra**, que nasce no contexto digital, ocorre algumas vezes nas mensagens do grupo (inclusive pela produtora Karina), o que é sugestivo de uma adesão à pauta pela diversidade de formas de tratamento de pessoas LGBTQIA+.

4.3.4 Mediações Tecnológicas

As mediações tecnológicas observadas tratam da linguagem no *podcast* e no grupo do *Telegram*. Sabemos que o *podcast* trabalha com criação de um ambiente de intimidade, com apelo emotivo e personalizado. Já no grupo, também inserido na lógica das mídias digitais, vemos como o meio pode atuar na recepção por alguns de seus usos comuns.

Por se tratar de plataforma de mensagens em tempo real, vemos a possibilidade de **interação entre produtoras e ouvintes**. Karina é quem normalmente lê as mensagens e se

comunica com os membros. As interações são diretas, com perguntas enviadas no grupo, respondendo questões dos membros e passando orientações.

O grupo possui **regras de convivência**, indicando como devem funcionar as interações. Como citado anteriormente, o espaço é aberto a sugestões e críticas, feito para aproximar espectadores/ras e produtoras, sob as condições de haver “responsabilidade” e “respeito” nas partilhas. Qualquer posicionamento que fira a existência de outros participantes ou mensagens que se pareçam com *spams* são excluídos e seu responsável é bloqueado do grupo. Em reforço, cria-se um **espaço seguro para participação**, abertura dos membros para diálogos e trocas.

Além disso, o próprio **grupo se autorregula**, o que indica aproximação e intimidade que constituem uma comunidade. Os próprios participantes chamam atenção para as formas de interação, o cuidado na escrita das mensagens, para que se mantenha o ambiente de trocas, por exemplo, ao repreenderem usuários que sejam grosseiros ou utilizem o recurso de *Caps Lock* como forma de chamar atenção para sua opinião na mensagem escrita. Existe até mesmo uma associação do uso de caixa alta no texto à pessoa estar gritando com o outro. Em um momento, o grupo é interpretado como “um espaço de trocas e não de definições”, e essa assumpção e a atitude dos membros mostra também o conhecimento dos repertórios de funcionamento do *podcast*, do tratamento das produtoras para com os e as ouvintes e o que se espera dos membros no grupo. Por isso, há também aqui uma aproximação com as mediações cognitivas.

Os membros se ajudam também ensinando ferramentas do *Telegram* como o recurso de esconder as mensagens contendo *spoilers*, e funcionamento de *bots* de transcrição de áudio e rastreio de encomendas.

O grupo dá espaço para o compartilhamento de histórias pessoais, mas espectadoras/res sabem que para que suas **histórias compartilhadas sejam comentadas pelas produtoras devem encaminhá-las por e-mail**. Outra forma de participarem do programa é sugerindo **temas para episódios do *podcast***, como falar sobre “a maconha, o proibicionismo e como isso se relaciona ao encarceramento dos jovens negros”, ou “o quanto depender dos serviços públicos exige mais tempo, principalmente das mulheres”.

No grupo do *Telegram*, membros têm espaço para **reportar problemas relacionados ao *podcast***, como a edição do som dos episódios ou dificuldade de acessar episódios nas plataformas de *streaming*.

Em mensagens, espectadoras e espectadores até mesmo pedem **indicações de episódios do AFETOS pelos membros**, tanto para se informar sobre determinado assunto como para conscientizar terceiros. No grupo, pedem sugestões de episódios sobre temas associados a momentos que estão vivenciando, de forma a ajudar numa autopercepção e reflexão de si. E participantes sugerem aos membros compartilharem episódios do *AFETOS* para pessoas de fora, para que compreendam melhor as dinâmicas de questões raciais em sociedade, como forma de iniciar parceiros/as e amigos/as nessas discussões – buscam conscientizar, contextualizar e politizar, principalmente, pessoas brancas.

Sobre a linguagem do *podcast*, vemos que o público reconhece **a evolução das podcasters como comunicadoras** a partir da avaliação dos episódios no decorrer do tempo, o que demonstra ainda a fidelização dos e das ouvintes. Achamos interessante destacar também a menção no grupo ao **riso da Gabi** nos episódios. O destaque dado ao riso das apresentadoras ocorre tanto nos grupos do *AFETOS* como no do *Não Inviabilize*, o que demonstra que esta é uma parte característica da narrativa dos *podcasts*. Existe um gosto por esta espontaneidade na voz das produtoras, que tanto as identificam, no sentido de compor algo marcante de sua identidade, como reverbera nos ouvidos dos e das espectadoras o humor, o divertimento com o tema. Ao citarem mais de uma vez o riso como “algo” importante, assumimos a relevância desta característica no gosto pela ambientação criada no *podcast*.

Devido à participação de Déia tanto no *podcast* como no grupo, diversas vezes os membros citam o *podcast Não Inviabilize*, e em certos momentos existe até uma comparação entre esses dois programas, visto que o quadro de envio de histórias do *AFETOS* se assemelha com a dinâmica de envio de histórias para o *Não Inviabilize*, apesar de não ter a mesma estrutura de *storytelling*. A participação de Déia no grupo é alta, para além do quadro *AFETOS te ajuda*, e percebemos uma relação íntima entre ela e os e as ouvintes do *AFETOS*, que chegam a chamá-la de “tia” ou “titia” Déia.

Como vimos, Gabi e Karina são mencionadas como “amigas”, enquanto a relação criada com Déia parece mais maternal, de “titia”, o que nos leva a pensar a relação da faixa etária do público com as formas de identificação com as *podcasters*, visto a proximidade de idade dos e das ouvintes e as produtoras do *AFETOS*, enquanto Déia tem em torno de 40 anos, faixa em que se inserem menos ouvintes.

4.3.5 Mediações Situacionais

Na criação do grupo, era mais comum membros compartilharem os contextos de espaço e tempo do momento de escuta dos episódios, normalmente associados ao ambiente e atividades domésticas, como enquanto cozinham ou lavam a louça, apesar de, na finalização da pesquisa, um membro ainda citar a escuta durante esta atividade. Fica implícito nas mensagens avaliadas que a escuta é feita em uma ambientação mais privativa, não em grupos, sendo que é dada maior atenção ao conteúdo ao invés de servir como um plano de fundo de outras atividades.

Entendemos que existe uma alta atenção e dedicação na escuta quando membros compartilham no grupo que, por exemplo “[s]ó com o AFETOS eu paro tudo que estou fazendo para ouvir”, que a escuta de episódios é feita “aos poucos” para melhor “assimilar” o conteúdo, ou mesmo escolhem escutar o episódio novamente para ter novas percepções. Destacamos também uma partilha de ouvinte que dizia estar “evitando ouvir” o AFETOS, porque o programa faz refletir “profundamente” sobre questões dolorosas para si.

Durante o levantamento, vimos a busca dos e das ouvintes por conteúdos específicos do podcast, relacionados a momentos da vida de cada um. Em janeiro, as e os espectadores começavam a se perguntar quando os episódios seriam lançados novamente, e comentários sobre “maratonar” episódios anteriores enquanto não eram lançados novos. Alguns seguem o slogan do programa “religiosamente”, dedicando as sextas-feiras à escuta do podcast, e mesmo brincam que “precisam ouvir o AFETOS todos os dias”.

A forma como conheceram o podcast também têm relação com as mediações situacionais, e muitos membros citam que o primeiro contato com o programa foi na busca de algum tema específico tratado nos episódios, como para elaborar a experiência de luto. Episódios antigos ainda ecoam nas discussões atuais, relacionados a esta busca específica para momentos da vida de cada um. Identificamos alguns desses momentos elásticos, que envolvem situações em transformação e movimento, que trazemos a seguir.

Algumas ouvintes citaram serem mães de crianças com dificuldades de saúde – **maternidade na adversidade** – e como o tratamento dos filhos tornou-se um significado central em suas vidas, mas neste ciclo perceberam o fim de amizades e dificuldades de se relacionar com as pessoas. Chegam a considerar que a sociedade em geral “hostiliza” as mães. Em outros momentos, a partilha de uma ouvinte vai no sentido de que ao se tornar mãe surgem inúmeras “demandas” financeiras, de alimentação, da casa, entre outros, e como esse

acúmulo as impede de buscar excelência em certas tarefas, assunto que surge na discussão do episódio “BURNOUT”. Além disso, vale lembrar que a apresentadora Gabi se tornou mãe e este novo olhar da maternidade atravessa também suas discussões no *AFETOS*.

O episódio sobre *burnout* rendeu muitas participações de pessoas que se identificaram com a síndrome, por passarem ou terem passado por momentos de grande estresse e esgotamento. Acompanhada de tratamento médico e psicológico, uma participante revela que está a meses sem conseguir realizar suas atividades em razão da “doença” causada pelos episódios de racismo que viveu. Outras ouvintes reconhecem terem sentido os mesmos sintomas durante a produção de Trabalho de Conclusão de Curso e iniciação científica, e dessa forma reconhecem a discussão do tema, mesmo que já se sintam melhor atualmente. Até mesmo a experiência de estágio foi citada, em que após um “início de Burnout” a ouvinte foi demitida, e somente depois compreendeu o que estava sentindo: para ela, o tema passou a ser discutido em família após o ocorrido. A identificação com o tema chega a arrebatá-la outra espectadora que “chorou” muito após ouvir o episódio, justamente por estar vivenciando os sintomas de burnout, também associado a assédio no trabalho e demissão.

A **ansiedade** foi trazida como um contexto amplo, envolvida muitas vezes com a **compulsão alimentar e por compras** como fuga, o que já foi tema de episódio do *podcast*. A saúde mental, de forma ampla, é tema recorrente nas mensagens, principalmente quando partilham momentos de angústia compartilhados por grupos minoritários, como a afetação por pressões da sociedade tendo corpos que fogem ao padrão: “sou uma mulher gorda e sinto todo dia olhares e rejeições”; e momentos de racismo: “o racismo estrutural nos deixa nervosas e sobrecarregadas”. Apesar disso, também vemos partilhas de mulheres que aprenderam a como elaborar e reagir a tais incômodos, posicionando-se contra os preconceitos. Experiências que inspiram outras ouvintes membras do grupo.

A problemática do **racismo** aparece, ainda, nas menções sobre participantes preferirem tratar de “questões raciais com pessoas negras” por se sentirem mais “acolhidas”, como acontece ouvindo o *podcast*; em contraposição, uma participante menciona que “nem sempre se sente acolhida” para falar do assunto com pessoas negras, frente ao julgamento pelo desconhecimento do que chama de “cânone do letramento racial”, leituras importantes e atualmente bastante disseminadas para refletir sobre raça; em outros casos, membros afirmam que evitam se relacionar com pessoas brancas, as quais têm dificuldade em compreender vivências negras; enquanto uma ouvinte (branca) casada com uma mulher negra cita como começou a explorar o tema, estudar e aprender sobre vivências negras. Novamente o tema

abre portas para a discussão sobre “ser preta” ou parecer “branca” para certas pessoas, em sinal de colorismo, o que também nos comunica sobre como variações no tom de pele são socialmente interpretadas, e conseqüentemente a sociedade exclui ou inclui determinados grupos em razão disso, de forma discriminatória.

Ao dialogarem sobre padrões estéticos, diversas são as mulheres ouvintes que compartilham de formas de violência sofridas sobre seus corpos. São vários os casos de mulheres gordas abordadas por chefes, homens e mulheres, que com comentários insultavam sua aparência. Em uma partilha temos que, após vivenciar momento semelhante, uma ouvinte traz como atualmente lida diferente com o tema, em defesa de sua existência, posicionando-se criticamente frente às pessoas. Não é somente o corpo gordo, porém, que aparece nas partilhas. Ter acesso à uma moda inclusiva é uma dificuldade das espectadoras. Algumas que viveram mudanças em seus **corpos** após a pandemia, ao passar por processo de ganho de peso e redescoberta de seu “estilo”, e outras que já possuem corpos como “mid size” ainda citam os valores inacessíveis das roupas, que estimulam compras em brechós e promoções durante “momento de vida financeiramente ‘fraco’”.

Vemos a menção a contextos coletivos especialmente no início do ano, referente à **“invasão” de “bolsonaristas” em Brasília**, caracterizados como “terroristas” e “fascistas” no grupo. Participantes que moram em Brasília expressaram medo e tristeza com tal acontecimento. Algumas pessoas mencionam mais especificamente o alívio da **eleição do governo Lula**, em concordância com a expressão das produtoras nos primeiros episódios de 2023. A discussão ideológico-política esteve presente explicitamente somente neste momento. Uma ouvinte compartilhou experiência um pouco diferente, de **vivência fora do país**, estando nos Estados Unidos durante o período da invasão ao Congresso. Visto os acontecimentos naquele país, também de invasão ao Capitólio e ascensão da extrema direita ao poder, comenta a experiência de estar em meio aos estadunidenses neste período, e como muitos sentiam muito pela situação brasileira.

Um assunto em alta, que retorna em vários momentos associado a finanças no grupo, é o momento de **transição de carreira**. Vários ouvintes compartilham da vontade de melhorar a qualidade de vida com mudanças no ramo profissional, pedindo recomendações de outros participantes. É comum que tais pessoas que pedem ajuda estejam inseridas em contextos vulneráveis, de trabalho e tomada de decisões desde muito cedo em suas vidas, além de **instabilidade financeira**. Em algumas partilhas, participantes falam sobre estar “endividada” e como isso vem afetando seu bem-estar.

Durante as discussões que envolviam pessoas negras e relacionamentos no BBB, um participante chega a comentar que não assiste o programa por estar em período de **finalização de concurso**. Concursos públicos envolvem um contexto de dedicação aos estudos e ocupação do tempo muito comum entre concurseiros e concurseiras. Considerando que o programa Big Brother Brasil é transmitido perto das 22h30, é possível ter dimensão do tempo dedicado aos estudos. O fato de membros estarem neste contexto faz pensar a necessidade de um nível de instrução, muitas vezes exigido nos editais como ter no mínimo ensino médio completo ou mesmo ensino superior.

Na abordagem sobre **relacionamentos amorosos**, as discussões demonstram diferentes concepções e momentos de vida, de pessoas que estão comprometidas ou não, e de relacionamentos a distância, da decisão de parceiros morarem juntos enquanto jovens. Existe uma variedade de entendimentos, por exemplo, sobre o significado de sexo e afeto, construção de amor e paixão em relacionamentos hétero e homoafetivos, monogâmicos ou não, disponibilidade afetiva – temas discutidos majoritariamente por mulheres. Em um momento, vemos as diferenças em diálogo sobre traição. Enquanto algumas participantes compartilhavam resoluções e estavam bem com o acontecimento vivido, outras carregam para a interpretação dos episódios e das conversas o incômodo por situações recentes. O relacionamento amoroso aparece frequentemente, atravessando discussões de raça, classe, gênero, sexualidade, local de moradia, maternidade, entre outros. Até mesmo o término de um relacionamento aparece, quando ouvinte pergunta por indicação de episódio para ajudar a lidar com a situação.

O **feminismo negro** aparece também como fatores situacionais, quando ouvintes mencionam mudanças de percepção após leituras. Uma ouvinte chega a comentar que ler bell hooks foi um “divisor de águas” para a compreensão sobre as formas de se relacionar com as pessoas. As transformações geradas por esses estudos que falam das vivências do público se apresentam na forma como interpretam o *podcast* e interagem com outros ouvintes.

O episódio sobre “AUTOSSUFICIÊNCIA - EU NÃO ME BASTO - EPISÓDIO #175” gerou interações que refletem estados de espírito, como ouvintes que reconhecem terem “tendências ao isolamento” e cobranças para resolver questões sem a ajuda do outro. Vemos a partilha de pessoas vivendo processos de “autodescoberta”, percebendo mudanças da infância e adolescência para momentos atuais, enquanto adultas, lidando com a solidão, dificuldade de fazer amizades, a falta de uma rede de apoio, a necessidade de terapia, ou mesmo por morarem em outra cidade durante a faculdade. Assim como o oposto também é citado, sobre

experiências de dependência da família, de ser “blindado” das dificuldades da vida adulta, “ansiedade de separação”.

Em um caso, uma participante partilha que após a mudança de país passou a resolver mais questões sozinha. São realidades muito diferentes, mas que se encontram na escuta dos episódios. Neste contexto, também membros se referiram à pandemia como um ponto de mudança, que obrigou muitos a ficarem “sozinhos” e tentarem se identificar com a sensação de “autossuficiência”.

Para alguns participantes, o ano de 2023 está sendo desafiador. Os medos de frustração com projeções de futuro são mencionados por mais de um participante, associado ao lidar com a saúde mental e física em realidades financeiras precárias e de falta de tempo. Estarmos em uma época da circulação de “excesso de informações” é colocado como outra forma de cobrança sentida pelos ouvintes, mencionada durante as trocas sobre o episódio “O NÃO SABER”.

Outras menções situacionais ocorrem, por exemplo, na associação dos debates do *podcast* com outras produções culturais, como citam a série “This Is Us” na discussão de relações familiares do episódio do *AFETOS* com a escritora Elisama. Este episódio acionou reflexões sobre relações entre pai, mãe, filhos e filhas, com partilhas dos membros sobre suas próprias experiências em família: sobre a perda de um pai e como isso afetou a forma de interpretar o episódio; o distanciamento entre irmãos, e as sugestões dadas no *podcast* como inspiração para reatar este laço; a dificuldade de perdoar pais narcisistas e desejo de independência; autocobrança de tornar-se adulto – ou como diz uma espectadora, “encarar o **adultecer**” – e ter o que “oferecer” no ambiente familiar; de filha que tem corpo gordo enquanto a mãe é magra e como isso também influencia “relações afetivas” em família.

Ouvintes que vivenciam a busca pela autonomia e autossuficiência partilham “crises de identidade” e “dificuldade de se reconhecer” durante processos de mudança de opiniões, crenças e valores. Algumas participantes, por sua vez, colocam-se como pessoas “independentes” e como foi o processo de tornar-se “sua melhor companhia”.

A **pandemia** é um contexto coletivo que atravessou as conversas dos e das espectadoras do *podcast*. A parcela mais jovem dos membros cita situações como ter entrado em uma universidade em meio a esse contexto, que afetou sua saúde mental e suas vivências durante a graduação, como o sentimento de isolamento citado e dificuldade de fazer amigos.

É interessante notar que os e as ouvintes que vivem ou convivem com **realidades vulneráveis** compartilham entre si suas experiências, especialmente de sensibilização e compreensão do outro, que os torna críticos em relação às desigualdades: a percepção dos diferentes lugares acessíveis e experiências entre pessoas de classe média e da favela que se relacionam; o namoro de uma mulher retinta com um homem branco, e compreender como seu parceiro tem dificuldade para entender discriminação por questões raciais e de gênero que a afetam; a diferença da experiência de pessoas que usam o transporte público e gastam horas para chegarem a seus destinos, e como principalmente mulheres, segundo uma espectadora, são as mais afetadas por isso.

É recorrente a identificação com episódios vividos de **violência de gênero**. Muitas mulheres vivenciaram relações com homens que as violentaram e destacam a importância de conversar sobre o assunto. E mesmo, como ao ouvir o *podcast* tiveram a dimensão de que já viveram esse tipo de violência. Enquanto outras, já com o entendimento do que experienciaram: “quando escuto ou leio outras histórias, fico mal e ressentida, querendo distância de homens”. Uma espectadora se manifestou como exceção, nunca tendo vivido violência de gênero.

Uma ouvinte compartilha ter dado início à produção de um *podcast* sobre vozes invisibilizadas, inspirada no *AFETOS*. Este contato com o produto a coloca em um diferente entendimento do programa, de compreensão do funcionamento de um *podcast*, da linguagem, da técnica, que também pode ser incluído nas mediações tecnológicas.

Por fim, temas de episódios mais antigos são rediscutidos em certos momentos, como quando ouvinte cita a busca pelo *AFETOS* para elaborar experiência de luto na família; sobre a mudança de local de moradia e como isso, e a relação familiar, impactam a espectadora; e em outra ocasião uma participante mostra como diferentes situações mudam as formas de interpretação: “é muito bom reouvir o episódio ‘Qual a idade certa?’ com uma mentalidade diferente”, conforme avança a idade.

Ouvintes chegam a dizer que os próprios episódios “dizem sobre o momento” que estão vivendo: seja sendo mulher preta, mãe, sobre carreira, relacionamento etc. As mediações situacionais são acionadas frequentemente no grupo do *AFETOS*.

4.3.6 Apropriações

Para além da percepção das mediações, modulações que atuam na recepção dos e das espectadoras do *podcast AFETOS*, localizamos partilhas que mostram as apropriações do público tanto dos episódios escutados como das participações e acompanhamento das discussões no grupo.

Como introduzido nas mediações situacionais, ao se referir à experiência com o *podcast AFETOS* espectadoras chegam a expressar que os conteúdos do programa as fazem refletir “profundamente”, causando sensações como de “nó na garganta”. Esse processo de reflexão é apontado inúmeras vezes pelos e pelas ouvintes no grupo, e nos fazem compreender que tanto os episódios como as interações no *Telegram* efetivamente afetam, atingem, transformam os e as espectadoras.

Os sentimentos causados pelos episódios tendem a mostrar essa afetação: “me tocou muito”, “mexeu muito comigo”, “me ajudou e tranquilizou [em momento de luto]”. A avaliação do *podcast* reforça isso, e vai além de dizerem que “gostaram” ou “amaram” os episódios, quando vemos partilhas dizendo, por exemplo: “estou apaixonada com as reflexões e indicações” das produtoras; “Que episódio rico!”, “incrível”, “reflexões necessárias”; “me deixou pensativo”; “foi uma aula”. É recorrente até mesmo a menção ao termo “terapia”, pois levam os temas para discussões em sessões terapia e o próprio *podcast* é posto como uma forma de terapia, por tamanha reflexão que causa.

A fidelidade do público é mostrada em momentos quando dizem que sentem “abstinência” dos episódios durante o período sem novas publicações, que suas e seus ouvintes “pregam” a “palavra do *AFETOS*” com outras pessoas. E a felicidade quando episódio vai ao ar, vista em expressões como “eba”, “uhul”, também nos leva a entender a expectativa de acompanhamento do programa.

A sensação de intimidade entre ouvintes e *podcast/podcasters* pode ser confirmada nos momentos em que o público diz sentir que as vozes das produtoras “fazem companhia” durante escuta. De forma mais específica, um participante diz que: “fazem companhia quando quero pensar”. Relacionam o *podcast* a um “abraço na vida adulta”, que tanto é necessário. Ou uma “conversa” que deveria fazer parte das conversas diárias. Partilham sentimentos como: “foi incrível, me senti atravessado”, “acolhido”, sobre o “bem-estar que o *podcast* proporciona”. Alguns falam de experiências mais individuais, como: “parecia que as meninas [apresentadoras] falavam direto para mim”, é bom “ver pessoas falando diretamente com a

gente, faz ver que não estamos sozinhas”. E outros até criam metas de interagir mais com a comunidade do *AFETOS* já que o programa “contribui” para suas vidas.

Muitas são as vezes em que as mensagens são de agradecimento à existência do *AFETOS*, aos conteúdos dos episódios e como estes fazem espectadoras e espectadores se sentirem “representados”. Vemos muitas vezes o uso do termo “obrigada” e até “queria ter amigas na vida real como vocês [produtoras]”. Isso mostra diferentes densidades de uma amizade possível, com as produtoras com quem não têm contato pessoalmente, mas que lhe falam, atingem, transformam, acompanham, acolhem.

O mesmo ocorre no *Telegram*, quando nas interações os membros se interpelam pedindo opiniões e conselhos, e resultam em partilhas como “obrigada a todos” pelas mensagens compartilhadas no grupo. Muitas das respostas às partilhas no grupo recebem, ao final, retornos de que outros membros “compartilham do[s mesmos] sentimento[s]”. Mesmo quem não participa ativamente do grupo segue lendo as discussões no *Telegram*, e as interações são colocadas como um fator que ajudou no “crescimento” pessoal de alguns membros. Vemos até compartilhamento de que fazer parte do grupo “aquece o peito”. São partilhados sentimentos positivos que demonstram pertença e acolhimento, transformação: “muito interessante escutar as meninas e os relatos no grupo” e “AFETOS é minha inspiração”.

As próprias espectadoras/espectadores enfatizam autopercepção e reconhecimento de si provocados pelos episódios, quando falam no sentido de que: “percebi que sou” de tal forma por conta do conteúdo; o *podcast* “me ajuda a entender meus próprios sentimentos”; “ouvir me fez entender” relações familiares; “nomear o que eu sinto é libertador” após a escuta de certo episódio; “ouvir suas reflexões [das *podcasters*] me fez perceber que estou no caminho certo para mim e para quem eu amo”, considerações que envolvem a ideia de afetação de si e do outro.

Nas discussões em torno do episódio sobre “AUTOSSUFICIÊNCIA” (02/02/23), por exemplo, vemos apontamentos interessantes sobre o reconhecimento de que “não somos ilhas” vivendo em sociedade, mas “nossas escolhas impactam também na vida de outras pessoas”. Os próprios membros mostram a importância das partilhas sensíveis em um ambiente comum. Reflexões sobre autossuficiência levam a considerações como “a caminhada [de cada um] é menos prazerosa se não estiver sendo compartilhada com outras pessoas”; sobre a “urgência” desse tema para nossa sociedade, principalmente após a

pandemia; e de que existe uma “necessidade humana de relacionamento com outras pessoas”, concordando com a opinião de Karina no *podcast*.

Para alguns, o *podcast* não é transformador somente a nível individual, mas acreditam que pode também afetar e transformar outros, como em casos em que “indicam”, enviam episódios para familiares, amigos, parceiros e parceiras, normalmente relacionados a temáticas sensíveis que precisam ser discutidas ou melhor entendidas por estas pessoas com quem convivem.

Ressaltamos que a maioria dos membros que participam das partilhas em mensagens são pessoas negras, principalmente mulheres, que comentam experiências nas quais outros participantes se sentem incluídos, por terem vivências muito semelhantes. Chegam mesmo a dizer que o “recorte de raça é fundamental para **a gente**”, em sentido coletivo considerando o grupo no *Telegram*.

Percebemos que ocorre efetivamente um diálogo entre membros, principalmente por meio do pedido de opiniões, por exemplo a partilha de alguém que: “queria de saber a opinião de vocês” que passam pelo “despertar” sobre questões raciais. Alguns tomam a “coragem” de interagir pela primeira vez no grupo dando ao “compartilhamento” um sentido de início à uma abertura ao outro, contra o isolamento, e mesmo a solidão. Vemos a vontade de ter seus sentimentos compartilhados quando expressam que após a escuta “senti vontade de partilhar”. Os membros respondem aos apelos, falam de si e suas vivências em suas respostas, e são partilhadas experiências muito diversas.

Não há só concordância das espectadoras frente aos episódios. Em alguns momentos vemos a partilha de surpresa e incômodo com os rumos das discussões de certos temas, em especial no quadro *AFETOS te ajuda* que tem a pretensão de ser livre e opinativo sobre histórias de ouvintes a partir do olhar de Karina, Gabi e Déia. Não se trata de episódios menos densos de reflexões, mas as discussões não demandam o uso de referências que normalmente as produtoras trazem para discutir temas mais específicos. É interessante que, quando os membros discordaram das opiniões das produtoras, é através de suas vivências diversas que fazem contraposição aos argumentos das *podcasters*, lembrando-nos de como as experiências a partir de diferentes mediações são únicas, “muito mais complexas” de entender como uma ouvinte chega a comentar, já que as histórias das pessoas são “cheias de camadas”. Várias partilhas demonstram a dificuldade de reconhecer a si mesmas/os, da constituição de uma identidade própria, e sobre abraçar as mudanças.

O compartilhamento de histórias não ocorre somente após a escuta de episódios sobre temas parecidos com suas vivências, mas as partilhas incentivam outras, e enquanto formulam repostas tentam se entender, descobrem novas perspectivas. Várias pessoas enviam seus desabafos e pedem aconselhamento. Chegam a falar, principalmente em relação a preconceitos interseccionados com o gênero feminino, que o “coletivo puxa”, ajuda o indivíduo. As respostas ao compartilhamento de histórias pessoais sensíveis, sobre preconceito ou angústias, por exemplo, demonstram a conexão e acolhimento gerados no *Telegram*. Como dizem: “obrigada pelo acolhimento”; “sinta-se abraçada”; “sinto muito”. Muitas vezes essas palavras de apoio são acompanhadas de reflexões que tiveram a partir de suas próprias mediações e que podem ajudar o outro. Ao discutirem gordofobia, temos um exemplo de partilha: “Você não está sozinha nessa”.

Outras formas de afetação do e da ouvinte são a vontade de adquirir produtos e consumir citados no programa e no grupo, como livros e cursos, ou tentativas de aproximação presencial, com encontros nas capitais São Paulo e Rio de Janeiro. Sendo que até hoje o público só teve a chance de se encontrar pessoalmente e com as produtoras durante evento de lançamento do livro *Cartografia dos Afetos*.

As partilhas mostram de como o *podcast* e as trocas no grupo fazem parte de complexificar a “percepção” sobre si e sobre o outro a partir do olhar da diversidade, das vivências e mediações das produtoras negras e dos/das espectadoras que partilham no *Telegram*. O grupo se mostra um ambiente de compartilhamento dialógico e dialético, possíveis a partir de um “gosto comum” que é ser ouvinte do *podcast*. Considerando sua composição marcada por mulheres negras, podemos pensar o grupo no *Telegram* do *AFETOS* efetivamente como um “espaço seguro” (COLLINS, 2019) para elaboração de si, para discussão de violências e formas de resistência, para serem ouvidas. É na diversidade que se constituem essas trocas.

pelas(os) espectadoras(res). Os próprios membros ajudavam dando sugestões de como utilizar os recursos da plataforma, em uma construção coletiva deste, e posteriormente incentivando a criação de um *podcast* para reunir as histórias. Alguns preferiam a escuta de áudios via *Telegram* comparado com o funcionamento de *podcasts* na época, mas depois de um ano Déia optou pela criação do *podcast Não Inviabilize*, com ajuda de Priscila e seu marido. Ou seja, foi um processo experimental e participativo entre a produtora e suas/seus ouvintes.

Nos primeiros dias, membros chegam a compartilhar uma sensação de “importância” em fazer parte do grupo, um espaço que poderia ser usado para dar opiniões e palpites sobre as histórias. Algumas pontuações dos e das ouvintes já eram recorrentes, como sobre como gostam de ouvir as histórias, especialmente pelo efeito do riso da Déia, que dá leveza e humor para os episódios, além de que com o novo espaço virtual a interação poderia ocorrer “na hora”, logo após a publicação dos episódios. Ao se referir à criação do grupo, Déia até diz: “aqui vai servir como um laboratório pra gente debater casos reais”.

Déia sempre foi bastante participativa, lançando perguntas e mensagens para suas/seus espectadoras/res. A demanda não vinha somente dos e das ouvintes. Como Déia conta em participação no *podcast Radiofobia*, o engajamento do público sempre foi alto, e o grupo e as sonoras de ouvintes ao final dos episódios do *Não Inviabilize* surgiram como alternativas para aumentar esta interação:

[...] a gente queria achar um jeito de falar com as pessoas e aí que foi surgindo a ideia do canal e a ideia de ‘botar’ os comentários [...]. Você escuta pelo menos duas pessoas que ouviram aquela história e as vezes têm uma opinião polêmica. E detalhe, eu não sou a curadora desses comentários. [...] Eu só escuto o comentário junto com os ouvintes (17’27’’- 18’32’’).⁶⁸

Desde o início, porém, a intenção do grupo não era ser espaço de compartilhamento de histórias pessoais, mas de debate sobre as histórias contadas por Déia. Algumas medidas reforçam isso, como a restrição para o envio de mensagens que estejam relacionadas com cada episódio, com uso obrigatório de *hashtags* que identifiquem as histórias. Apesar disso, o público consegue se referir a suas vivências e experiências relacionando-as com os temas dos episódios. Isso pode ser um dos fatores para as características do público, suas mediações referenciais, aparecerem esporadicamente, sempre relacionadas ao *podcast*.

⁶⁸ LOPES, Leo. RADIOFOBIA 346 – NÃO INVIABILIZE, COM DÉIA FREITAS. Radiofobia. Vídeo da entrevista disponível em: <https://radiofobia.com.br/podcast/2023/02/radiofobia-346-nao-inviabilize-com-deia-freitas/>. Acesso em: 20 maio 2023.

4.4.1 Mediações Referenciais

A identificação com determinada **faixa etária** aparece quando no episódio “COROA” (30/01/23) a apresentadora conta a história de um relacionamento entre um homem mais velho com uma jovem. Boa parte das/dos espectadoras/res que reagiram ao tema foram aqueles que tinham alguma experiência semelhante, sem necessariamente haver um consenso entre as partilhas: alguns discutiam a problemática do “etarismo” e como idade não deve ser fator impeditivo para relacionamentos, enquanto outros discordavam da normalização desse tipo de relação.

A história acabou sendo gancho também para a discussão sobre a condição de ser mulher frente a hierarquias reforçadas por estereótipos do papel dos homens em relações afetivas. A abordagem sobre **gênero** é a mais recorrente, com o foco nas mulheres, tanto nos episódios como nas mensagens, que trazem a identificação de machismo, criticam os estereótipos do corpo magro e o lugar inferiorizado da mulher da sociedade. Soma-se às discussões de gênero a condição de maternidade trazida pelas espectadoras, que se apresenta em relações familiares positivas e negativas nos episódios e em histórias pessoais.

A **sexualidade** apareceu no grupo principalmente com o episódio “A PILOTO” (23/02/23), seguindo a linha das mensagens se referirem ou aos personagens ou à história, sem um foco no compartilhamento dos e das ouvintes. Alguns membros defendem que os personagens “explorem” a diversidade da sexualidade, algo normalmente evitado com a normalização dos relacionamentos heterossexuais.

Com o episódio “GORDA” (23/03/23) várias espectadoras compartilharam suas próprias experiências como mulheres gordas e com **corpos dissidentes**. O tema, tratado no quadro “Amor Nas Redes”, causou maior identificação das mulheres ouvintes, que revelaram situações semelhantes à da personagem da história, agradeceram a Déia pela abordagem do tema, e mesmo partilharam os sentimentos causados pela escuta, de comoção e sensibilização por se reconhecerem na crônica.

Pouco se fala também sobre a **formação educacional**, mas há citações sobre ouvintes que realizaram “doutorado sanduíche” ou de vivências em “graduação”, sempre com referência a algum tema trazido no *podcast*. Com frequência, as sonoras finais de ouvintes dos episódios do *Não Inviabilize* apresentam participação de pessoas que identificam suas profissões. Portanto, incluímos como uma categoria das mediações referenciais a **área de trabalho**, com grande parte de participações de advogadas, bióloga, professora e psicólogas que opinam sobre as histórias. No *Telegram*, com menor frequência, há menção ao trabalho,

mas ainda assim com ênfase em cargos, e não instituições específicas. O conhecimento do trabalho é trazido para darem peso às suas opiniões sobre episódios, como é o caso de uma “corretora de seguros” que busca em sua instituição ajuda para compreender as condições de “Responsabilidade civil” em discussão do episódio “PICOLÉ” (23/03/23).

Também **raça** é uma categoria presente no grupo, em especial nas respostas a histórias que contenham casos de racismo em relações familiares como no episódio “SE LIGA” (02/03/23). O tema gera acalorado debate contra a discriminação, este “crime” como citado, em que espectadores e espectadoras criticam a convivência e defendem sermos todos “antirracistas”, situação gancho para a citação de leituras do feminismo negro.

Não há uma ênfase ao **lugar de fala** como no *AFETOS*, mas quando condições de interseccionalidade e diversidade aparecem nas histórias portas se abrem para identificações desses lugares. A única menção referente a condições de ser PCD – **Pessoa com Deficiência** aparece também em resposta a episódio específico, intitulado “PICOLÉ” (23/03/23), e que traz a história de um homem PCD, cuja prótese da perna foi comprometida ao ficar exposta em um ambiente com cachorro. Em manifestação contrária ao personagem principal, uma pessoa partilha ser também PCD, utilizando outro tipo de prótese, em apoio à tutora do animal visto a possibilidade de o protagonista processar a parceira pelos danos.

4.4.2 Mediações Institucionais

A categoria de mediação institucional mais recorrente nas discussões do grupo são as **relações familiares**, que são trazidas em discussões interseccionais, sobre relações interraciais, sobre maternidade, parentalidade, relações entre irmãos, racismo etc.

A **religiosidade** é acionada com menor frequência, principalmente em episódios do quadro “Luz Acesa” que não foi nosso foco, mas quando por exemplo dizem que os personagens estão em suas “orações” ou como compreendem determinada história segundo uma visão “umbandista”. Esta foi uma categoria pouco recorrente considerando nosso *corpus* de análise.

Dentro das mediações institucionais, podemos adicionar a participação em grupos. Aqui também a **comunidade de fãs** do *podcast* entra como categoria, identificados como “não inviabilizers”. Esta relação de pertença é vista mais na interação da equipe do *Não Inviabilize* com ouvintes pelas mídias sociais, principalmente pelo *Instagram* com pedidos de histórias ou compartilhamento de *posts* do público. No grupo, porém, vemos a criação de um

coletivo bem delimitado, de participações geralmente mais superficiais com opiniões sobre as histórias e seus personagens, mais do que um diálogo entre os membros. Em comparação com o grupo do *AFETOS*, não parece haver aqui a constituição de uma comunidade de partilha de afetos, mas um ambiente de interações pontuais, individualizadas.

4.4.3 Mediações Cognitivas

Também no grupo do *Não Inviabilize* o **feminismo negro** se faz presente. Relacionando seus comentários à histórias que tragam questões raciais, espectadoras compartilham experiências pessoais como mulheres negras e chegam a ter algum retorno dos membros. Em um caso, uma espectadora incentiva outra a ler autoras do feminismo negro para adquirir consciência de gênero e raça, citando livros da bell hooks, Lélia González e Cida Bento.

Diferente do observado no grupo do *AFETOS*, no espaço do *Não Inviabilize* poucas vezes circulam temas que se relacionam com mediações cognitivas. No *corpus* selecionado, é menor a frequência em que membros fazem **referência a produtos culturais externos** ao *podcast*, relacionando as histórias com séries e leituras. Do mesmo modo, a ocorrência de dicas gerais que indiquem contextos habituais é pontual, como em caso em que sugerem formas de conseguir emprego em meio à discussão do episódio “PAPEL HIGIÊNICO” (06/02/23).

O **conhecimento de leis** aparece nas discussões de gênero, sobre “pensão gravídica”, com citação à Lei Maria da Penha.

Uma noção geral compartilhada pelas espectadoras é de que “homens abandonam suas parceiras quando doentes”, como se tal atitude fosse resultado da socialização do homem, de uma sociedade **machista**. Até mesmo uma ouvinte cita a pesquisadora e psicóloga Valeska Zanello, que aborda este comportamento dos homens em consequência da objetificação da mulher na sociedade.

Outro ponto é que também aqui existe o uso de **linguagem neutral** por alguns participantes.

No caso do *Não Inviabilize*, é curioso perceber que apesar das regras de convivência do grupo, não parece existir a construção de uma comunidade pela maioria dos membros. Até mesmo o entendimento do **funcionamento e propósito do grupo** no *Telegram* não é um consenso: “o objetivo é discussão das histórias dos quadros do podcast” ou “o grupo não é só

para discussão dos casos, mas para prestar solidariedade e dar conselhos e conforto às pessoas que mandam suas histórias”.

4.4.4 Mediações Tecnológicas

A ênfase das discussões do grupo em relação a mediações tecnológicas recai sobre a linguagem do *podcast* na maioria das vezes. Também aqui membros aproveitam comentários sobre as histórias para **pedir indicações de episódios do *podcast*** em busca de algum tema específico para compartilhar com não ouvintes, a exemplo de informações sobre formas de lidar com relacionamentos à distância. Não há, porém, um mesmo teor de conscientização e politização como visto no *AFETOS* nesta intenção de compartilhar o *podcast*.

Vários membros **reportam problemas técnicos**, principalmente de acesso a episódios do *podcast*, mas existe uma tendência a assinantes enviarem dúvidas sobre o uso do aplicativo do *Não Inviabilize*, e a equipe responde geralmente dando orientações de como reportar esses erros na própria plataforma de assinantes, evitando resolver essas questões no grupo. Apesar de não se tratar de espaço para envio de áudios, a **equipe também envia pedidos de comentários gravados de ouvintes** sobre determinadas histórias que serão editadas para publicação gratuita. Em determinados momentos, *bots* informam ao grupo: “Esse *podcast* é feito com sua participação. Não esqueça de mandar mensagem de voz” e “Aperte o botão do Microfone e grave, não esquecendo de falar nome e cidade. Grave como fosse uma mensagem fofa de bom dia no grupo da família”. Esse tipo de participação, porém, só têm continuidade em outros espaços, dedicados aos assinantes.

O grupo possui **regras de convivência** bem definidas e fixadas em sua descrição, e com a ajuda dos *bots* **as mensagens são reguladas e determinadas dúvidas respondidas automaticamente**. A participação dos membros é mais delimitada. Como vimos, só são aceitas mensagens escritas – não áudios, nem figuras – que estejam identificadas com a *hashtag* de algum título de episódio do *podcast*. Mensagens muito longas também são excluídas, e existe maior a participação de outros membros da equipe *Não Inviabilize*, tirando dúvidas específicas dos membros.

O grupo público do *Não Inviabilize* no *Telegram* conta com assinantes – que têm acesso antecipado às histórias ainda em formato bruto – e não assinantes – que só escutam os episódios meses depois dos assinantes, com as histórias já editadas com trilhas sonoras e participação de ouvintes. Cria-se uma confusão de mensagens antigas que tratam de histórias

ainda não disponíveis nas plataformas de *streaming* para acesso gratuito, quando não exclusivas somente para assinantes. Em razão disso, várias vezes os membros não assinantes ficam em dúvida de como acessar episódios ainda não disponíveis, compartilhando comentários como: “todos estão falando de um episódio que não aparece para mim no *Spotify*”. **A experiência do e da ouvinte que escuta o *podcast* de forma gratuita fica comprometida.**

Uma característica da linguagem ambientada nesta plataforma, considerando o grande número de membros e as diferenças de momentos de acesso devido à assinatura, é que os episódios são discutidos no decorrer de vários dias, sem uma sequencialidade como no *AFETOS*. É comum que na data de publicação de uma história, outra esteja sendo o foco das discussões no grupo, ou mesmo que sejam enviadas mensagens de diversos episódios em um mesmo dia, sem relação entre si.

É comum também espectadoras/res fazerem **referência à narrativa do *podcast* feita por Déia**. A forma como conta as histórias, sua voz e seu riso, são destacados como definitivos para tornar a experiência com os episódios mais envolvente. Vemos menções sobre como a voz de Déia transparecia sensação de choro em certos momentos, sobre como sua voz “acalma” alguns ouvintes, e mesmo que “amam” a risada da Déia, que acreditam dar ainda mais graça para as histórias.

De forma muito pontual, o recurso de **Libras** é citado no grupo, mas sem a identificação de membros deficientes auditivos. O comentário refletia sobre a forma de traduzir as histórias para a linguagem de sinais quando são usados termos que não existem na língua portuguesa, muitas vezes usados como recursos para não citar nomes reais de empresas, disciplinas escolares e áreas em geral.

4.4.5 Mediações Situacionais

Talvez uma grande questão do *Não inviabilize* seja justamente a identificação do público sobre sua realidade com as histórias dos episódios, que pode ser positiva ou não: mães narcisistas, relacionamentos com diferença geracional que dão certo e outros não, pessoa com deficiência que não concorda com atitude da outra na história etc. São situações que aparecem somente quando acionadas pela temática do programa.

A **maternidade** é considerada aqui como parte das mediações em situação, pois envolve a referência de espectadoras a acontecimentos específicos das histórias que remetem

ao ser mãe. Em dois momentos, por exemplo, vemos uma participante compartilhar seu medo de ter um derrame – no episódio “DERRAME” (26/01/23) – estando sozinha com os filhos; e em outra ocasião uma mulher grávida comenta seu incômodo com a abordagem do programa sobre aborto, que relacionou com experiências difíceis que passou durante a gestação.

Relações familiares difíceis aparecem em interações sobre o episódio “NARCISA” (02/02/23), revelando a identificação de vários ouvintes com mães com quem não mantinham boas relações, sentiam-se “traídos”. Descobriam ao ouvir o episódio que existiam características semelhantes de suas vivências com aquela contada na narrativa da história e, além disso, alguns compartilhavam a resolução do desentendimento familiar, sendo “cada caso um caso”. As principais soluções apontadas mostram situações em que espectadoras e espectadores se inserem, de “busca de emancipação emocional e financeira” ou de distanciamento da família, por exemplo. O contrário também aparece, de ouvintes mães comentarem, em outro episódio, como defendem seus filhos e filhas, algumas mães de crianças com deficiência, outras que lidam com racismo familiar que atinge a elas e seus filhos.

A sequência de episódios “LAÇOS” foi gancho para a partilha de vivências de ouvintes sobre **adoção** e pais biológicos, com quem não mantêm relações próximas. Se identificando com a história do *podcast*, contam suas experiências de busca pelo “genitor” por meio de mídias sociais, sobre a busca pelo entendimento das diferenças das relações familiares desse tipo e as pressões da sociedade sobre o conhecer esta pessoa.

Ainda no eixo familiar, vários membros se identificam em relações familiares interraciais e sobre conviverem com parentes **racistas**: “essa piada racista de clarear a família eu escuto desde bebê, é normalizado”. Impulsionados pela história do episódio “SE LIGA”, que aborda a questão, várias foram as partilhas de experiências de racismo e como lidam com este problema atualmente.

São muito diversos os momentos e situações que envolvem os membros, que surgem nas discussões conforme a variedade de histórias é apresentada pelo *podcast*. Em “PICOLÉ”, tutores de cachorros vão em defesa do animal, que no episódio roeu a prótese da perna de um dos personagens (o olhar de tutor); outra pessoa partilha a busca por temas relacionados a momentos vividos, como acontece no pedido de indicação de episódio sobre relacionamento a distância. Quando o *podcast* aborda relacionamentos amorosos e desemprego, vários participantes compartilham que preferem se relacionar com alguém somente enquanto empregados, concordando com a opinião de Déia.

E mesmo, novamente sobre gordofobia, ouvintes se reconhecem, “sou uma Paula”, protagonista do episódio “GORDA” (23/03/23), ao partilhar suas experiências como pessoas gordas, e como são vistas como fora do padrão, não notadas por sua beleza, mas talvez pelo “bom humor”. O processo de autoaceitação é citado como acontecimento recente na vida das ouvintes, e a história contada por Déia é identificada como emocionante, ao relacionar com suas próprias vivências.

A idade parece também fator situacional nas discussões sobre **diferença geracional**, quando membros compartilham suas próprias experiências de relacionamentos entre pessoas com grande diferença de faixa etária ou citam o momento de vida em que se encontram. Alguns exemplos são pessoas entre 20 a 30 anos que citam o período de cursar faculdade, alguns que tiveram experiência com turma mais jovem e percebiam a diferença geracional, e mesmo membros que estão em relacionamento de longa data com pessoas com diferença de idade alta. A temática veio à tona nas mensagens sobre o episódio “COROA” (30/01/23), que traz a história de um relacionamento afetivo nesses termos. Um ouvinte chega até mesmo a lembrar com saudade de um cachorro velhinho que teve durante a vida. A idade é remetida, ainda, quando tratam de conselhos dados por Déia nos episódios, como um participante partilha: “eu gostaria de ter ouvido o conselho desse episódio em um dado momento da vida, teria sido muito válido quando era jovem”.

Percebemos que, apesar de não se tratar de grupo exclusivo para assinantes, muitos comentários sobre episódios disponibilizados com antecedência somente para assinantes no *app* do *Não Inviabilize* ocorrem neste grupo aberto. Para os membros que somente escutam os episódios após publicação em plataformas de *streaming* e escutam o *podcast* gratuitamente, esta condição afeta a **experiência de participação no chat** – como acontece quando perguntam se o episódio discutido pelos assinantes já está disponível no *Spotify* – e mesmo os efeitos da escuta da história podem mudar, pois têm contato com *spoilers*. A discussão dos episódios não segue a data de publicação gratuita, e existe uma mistura de comentários de diversas histórias que torna fragmentada a discussão de temas pelos e pelas ouvintes não assinantes.

A citação ao **ambiente e situação de escuta** ocorre com pouca frequência, mas é possível perceber que no caso do *Não Inviabilize* os e as ouvintes optam por ouvir os episódios durante outras atividades, como durante exercícios físicos, em restaurantes e até mesmo no trabalho. Considerando que os episódios deste *podcast* são mais curtos,

compreendemos que é menor a demanda por uma atenção mais focada, comparado ao *AFETOS*.

No grupo do *Não Inviabilize* não localizamos menções a contextos coletivos que revelem mediações situacionais mais amplas com as quais os e as ouvintes se identifiquem.

4.4.6 Apropriações

Partindo do olhar para a recepção, com maior frequência no grupo do *Não Inviabilize* temos menções que mostram de que maneira os e as ouvintes são afetados pelo *podcast*. Referindo-se à narrativa do *podcast*, é comum citarem a voz da Déia como parte importante da experiência da escuta: “a voz da Déia me acalma”, ou que riem junto à “gargalhada” de Déia, que é marcante.

As interações no grupo são diversas, mas ocorrem principalmente de duas formas: os membros compartilham mensagens mais gerais sobre as histórias, sem interpelação dos nomes fictícios dados às pessoas das histórias, ou enviam mensagens direcionadas a algum(a) personagem específico(a) dos episódios, sendo normalmente o/a protagonista. É muito comum então, no grupo, iniciarem mensagens com o nome do/a personagem, com uso da terceira pessoa como se falassem diretamente com ele/ela: “Cibele, você está...”; “Rebeca do céu! (...) Ainda bem que você...”; “Mara, espero que já tenha...”.

Em grande parte das mensagens observadas, a referência aos/às personagens é feita com acolhimento e carinho, com expressões como “um forte abraço”, “sinto muito”, “força para você”, “espero que fique bem”, “desejo coisas boas”. Isso acontece principalmente em referência a episódios em que o/a protagonista passa por momentos difíceis de superar, como a perda de um ente familiar, e mesmo quando há casos de preconceito como de gênero e racismo. É de costume de Déia e do resto da equipe do *podcast* pedir que os e as ouvintes sejam “gentis” ao comentar as histórias. O que não evita, porém, a ocorrência de casos de indignação e repreenda aos/às personagens das diversas histórias, como quando dizem “ter empatia é obrigatório?” e “está difícil ser gentil, Déia”.

Em menor número, encontramos casos em que os membros do grupo se dispõem a ajudar o/a personagem da história diretamente, e não só opinando de forma mais geral por meio de mensagens, mas oferecendo serviços gratuitos ou orientações específicas, o que demonstra o interesse de contato, de diálogo, de certa interferência que extrapola a escuta da história.

É comum o interesse dos e das ouvintes pelo “desfecho” das histórias dos episódios, normalmente acessíveis aos assinantes. Algo que Déia não costuma fazer por escolha própria, já que suas histórias envolvem pessoas reais e por isso maior complexidade, que não cabem em finalizações mais idealizadas e fechadas de histórias de vida.

Percebemos como diferentes temas acionam as mediações dos e das ouvintes, a ponto de em alguns momentos citarem “gatilhos emocionais” gerados pelas histórias. Alguns membros até pedem que seja feito um aviso no início do episódio sobre informações sensíveis que aparecerão, mesmo em casos que não foram considerados sensíveis pela equipe do *Não Inviabilize*, que já têm o costume de lançar avisos de gatilhos em diversos episódios.

Outros comentários são mais superficiais, no sentido que não revelam uma interpretação ou opinião do/a ouvinte sobre a história, mas aparecem como que somente para estabelecer um contato e mostrar que determinado episódio foi escutado. É comum que esses casos sejam mensagens curtas com expressões comuns do cotidiano, como as partilhas pontuais: “vaso ruim também quebra” e “uma hora a conta chega”.

Os e as ouvintes se apropriam de bordões criados por Déia em suas mensagens e fazem referência a informações emblemáticas que a identificam, como quando se referem ao/a personagem de uma história do quadro “Picolé De Limão” dizendo “eeeeee fulano...”, “não seja ONG de macho”, ou brincam com o fato de a *podcaster* não gostar de fazer trilhas na natureza.

Observamos somente um caso em que um membro se identifica como responsável pela sonora final de um episódio, após o lançamento nas plataformas de *streaming*. Em outros momentos, os membros fazem referência direta à sonora final dos episódios em suas mensagens, sendo comum que isso ocorra em casos que envolvem opiniões jurídicas e orientações dadas pelo público que possam ajudar com resoluções relacionadas às histórias, mas que servem para conhecimento geral.

Há episódios citados como ganchos para mudanças de percepção, desde desistir de um relacionamento amoroso entre pessoas com diferença de idade grande (episódio “COROA”), até entender melhor relações familiares, principalmente com relação à maternidade (episódio “NARCISA”). Não é incomum vermos expressões dos e das participantes indicando que se sentiram afetados pelos temas dos episódios, quando dizem por exemplo: “nunca comento no grupo, mas fiquei tocada com o seu caso”.

Existem alguns sinais de autocritica em pré-conceber ideias, ao citarem frases como “pode ser preconceito meu...” e “vai que é tabu nosso, né?”. Também são partilhadas várias frases no sentido de não julgamento do outro: “quem somos nós para julgar”, “é muito subjetivo”, “preconceito é coisa passada”. Não por isso temos menos interações que elaboram as reflexões sobre os episódios e são contraponto a mensagens que dão um tom de crítica, por exemplo no episódio “COROA”, citando “etarismo” da parte das pessoas que veem na diferença geracional um entrave para relacionamentos amorosos ou expressando histórias pessoais de relacionamentos que dão certo.

Em várias histórias os membros se identificam com os casos e compartilham dos sentimentos das e dos personagens, como sobre o episódio “NARCISA”: “sei como é...”, e “minha mãe foi assim...”.

Poucos se identificam em interseccionalidade, como dizendo “nós, mulheres pretas”, e esses aspectos surgem normalmente quando já tratados nos episódios, mas não por espontaneidade do próprio público. Talvez isso ocorra porque o grupo não é destinado ao compartilhamento de histórias pessoais, então as mensagens não se aprofundam a não ser que relacionadas à histórias que acionem as vivências do e da ouvinte.

Existe, sim, alguma interação entre os membros que se respondem, complementando opiniões, criticando, concordando e respondendo dúvidas – responsabilidade que na maior parte do tempo é da própria equipe do *Não Inviabilize*. Ocorrem até formas mais “opressivas” de lidar com o outro, com ironia, quando as opiniões não batem.

Como vimos, são enviadas muitas mensagens sobre sentimentos gerados pela escuta quando membros comentam as histórias, e que na maior parte do tempo são partilhados se referindo ao/à personagem principal da narrativa de cada episódio, junto com sua interpretação sobre o tema. A sensação mais imediata da escuta, de arrebatamento de emoções, parece mais presente nas interações do grupo do *Não Inviabilize* do que no *AFETOS*.

Talvez devido à numerosa quantidade de membros, a restrição ao envio de mensagens somente se relacionadas aos episódios e a diversidade de temas de episódios publicados quase que diariamente, cria-se uma impressão de que os debates são mais superficiais e menos problematizadores como visto no *AFETOS*. Ainda assim, existem partilhas que mostram novas apropriações de sentido, transformação de formas de pensar e agir por parte do público. Podemos citar como exemplo momentos em que os e as espectadoras conseguem

nomear formas de violência nas histórias do *podcast* e nas mensagens dos membros, com termos descritivos, tais quais: “isso é abuso”, “negligência”, “violência”. E até mais específicos, como “*pick up artistis* (PUAS) para controle sobre mulheres”. Identificações que alteram a percepção sobre situações vividas pelo público.

Figura 15: Nuvem de palavras do grupo *Não Inviabilize* no *Telegram*



Fonte 18: Gerado com dados da autora pelo <https://www.wordclouds.com/>.

Essas trocas podem ser transformadoras ou mais superficiais, como mensagens que buscam manter certa sociabilidade, um canal aberto para participação. Porém, como vimos, também existem exemplos de formas de afetação de si e do outro, pela escuta do *podcast* ou pelas partilhas no grupo.

4.5 A comunicação como alteridade na sociedade midiaticizada

Caminhando para as conclusões trazemos definições de comunicação trazidas por Jacks, Schmitz e Wottrich (2019, p. 31), ao retomarem trabalhos desenvolvidos por Martín-Barbero, pelo olhar das mediações, nos lembram seu intrínseco caráter processual, que considera os sujeitos em situação, imersos em experiências e condições de inserção social. A produção de sentidos e a fruição possuem, então, perspectiva relacional, ao considerar que “[a] comunicação dialógica pressupõe a intersubjetividade, a construção de um ‘nós’, que traz à

tona a consciência do quanto somos todos nós vínculos sociais que ajudamos a construir”.⁶⁹ A comunicação exige, nesta perspectiva, a “alteridade”.

Em uma sociedade permeada por tecnologias midiáticas, Braga (2006a, p. 27) defende que é nas interações sociais que são atribuídos sentidos e usos aos meios, sob a ideia de “mediatização” como processo comunicacional: “O sistema de interação social sobre a mídia [...] é um sistema de *circulação diferida e difusa*. Os sentidos midiaticamente produzidos chegam à sociedade e passam a circular nesta, entre pessoas, grupos e instituições, impregnando e parcialmente direcionando a cultura”. Chama de “processo interacional de referência” (BRAGA, 2006b, p. 11) o aspecto organizador das mídias na sociedade, como a interconexão em rede, não só como ambientações em que vivemos passivamente, mas onde ocorrem interações, sistema em que nos ajustamos, agimos sobre, produzimos, atribuímos sentidos sociais. Ou seja, as interações sociais estão englobadas em uma realidade midiática, marcada pelos fluxos e conexão global, que possibilitam novas formas de sociabilidade.

Como defende Barros (2012, p. 88), a proposta das “mediações comunicativas da cultura” de Jesús Martín-Barbero “poderiam ser entendidas como mediatização da cultura”. As tecnologias midiáticas podem ser consideradas parte de um *bios* (SODRÉ, 2002), uma mediação estrutural sujeita às apropriações socioculturais:

[...] a sociedade contemporânea está estruturada em uma lógica midiática que dá sustentação à consciência e à construção de identidades do indivíduo e do grupo. A mediatização, portanto, vai além da mídia, em sua dimensão técnica. Ela se espalha e se entranha na estrutura social, na constituição de uma cultura mediatizada. (BARROS, 2012, p. 85-86).

Em nossa pesquisa, buscamos demonstrar que espectadores acionam variadas vivências relacionadas a seus contextos para experimentação e apropriação dos *podcasts* em grupos de mensagens síncronos virtuais. Mais que isso, extrapolam uma recepção individual ao se colocarem em interação com outros ouvintes e as produtoras dos *podcasts*, em efetiva comunicação por meio de trocas, diálogos, que constituem formas possíveis de vínculos e elaboração de experiências.

A partir da síntese das mediações de Orozco Gómez (2005), experimentamos a natureza movente de mapeamentos que nos ajudam a observar contextos vividos e afetos envolvidos na experiência de espectadores e espectadoras dos *podcasts AFETOS* e *Não Inviabilize*. As interações nesses territórios compartilhados, em comunidades de ouvintes, levam-nos a pensar

⁶⁹ Original: La comunicación dialógica presupone la inter-subjetividad, la construcción de un “nosotros”, que hace emerger la conciencia de cuánto somos todos nosotros en los lazos sociales que ayudamos a construir.

a convivência entre diversos “outros”, que nos grupos parecem ter suas partilhas validadas, com abertura para discussões de vivências invisibilizadas na sociedade. No compartilhamento de histórias pessoais e opiniões percebemos que dentre os temas mais recorrentes estão formas de discriminação, como machismo, racismo, gordofobia e LGBTQIA+fobia. Tais ambientes se mostram favoráveis para o debate contra condições de cidadania negadas, processos de reconhecimento e resistência. Não é possível desconsiderar relações de poder e discriminação, de interseccionalidades que constituem identidades.

Martino e Marques (2021) apontam a equivalência entre demandas por reconhecimento e demandas identitárias, em especial das vulneráveis. E vemos uma versão positiva disso em debate nestes meios, como dizem as produtoras do *AFETOS*, em uma noção de abertura para o outro: “É possível aprender a se conectar mais e melhor com as pessoas através da vulnerabilidade” (VIEIRA e OLIVEIRA, 2022, p. 40). No campo do sonoro, vale lembrar como hooks (2019a) considera que o “ato de fala, de ‘erguer a voz’, não é um mero gesto de palavras vazias: é uma expressão de nossa transição de objeto para sujeito – a voz liberta” (2019a, s/p). Ela associa diretamente o diálogo à “fala compartilhada e reconhecimento” (hooks, 2019a, s/p). As práticas envoltas na constituição dos *podcasts*, a fala das mulheres negras aqui apresentadas, são ações que buscam o reconhecimento e compartilhamento, que se estendem em seus grupos no *Telegram para, e nos*, ouvintes.

Considerando a recorrência da temática negra, principalmente de questões de vivências de mulheres negras compartilhadas por membras dos grupos, cabe lembrar em Kilomba (2017) que o negro historicamente foi colocado como um outro referenciado na descrição e repressão do branco, e não como um “Eu”. No mesmo sentido, bell hooks (2019b) critica uma busca por semelhanças como forma de reconhecimento, visto que a negritude e o lugar da supremacia branca são inigualáveis. Neste contexto, destaca a necessidade “[d]o reconhecimento [do outro] e [d]a aceitação positiva das diferenças” (hooks, 2019b, p. 49). Em vários momentos, a resposta à partilha das vivências de pessoas negras provinha de membros que não se enquadravam nas mesmas condições de interseccionalidade, mas a composição da audiência majoritariamente por grupos considerados minorias, diversos e vulneráveis, dá espaço para partilhas seguras entre os membros.

Até mesmo pensar o “outro”, que invariavelmente nos constitui, está carregado de narrativas culturais de estereótipos reforçados e que devemos questionar. Quando em seu livro Karina e Gabi (2022) discutem leituras descolonizadas, dão exemplo de que existe um

bloqueio até mesmo em nossa imaginação de personagens ficcionais como pessoas negras, devido à normalização da imagem branca como universal e neutra.

Quando a gente começa a fazer essas reflexões, percebe que por ter sempre visto e sentido esse corpo como o modelo universal da literatura, acabamos tendo muito mais empatia pelo corpo branco do que pelos corpos negros. É nesse sentido que se abrir para histórias de outros corpos e se treinar a senti-los como merecedores da nossa atenção e empatia é um esforço, uma ação proposital. (VIEIRA; OLIVEIRA, 2022, p. 136).

Na abertura gerada nos debates do *AFETOS* e na variedade de narrativas do *Não Inviabilize* com estratégias de “militância” da *podcaster* Déia, considerando o contexto de suas produtoras e os espaços de discussão de temas sensíveis e políticos nos grupos do *Telegram*, percebemos como tais espaços podem ser vistos na perspectiva de promoção desta “atenção” e “empatia” em contato com “outros diversos”. De criar formas de identificação, reconhecimento e reflexão sobre identidades.

Como mencionamos no início, pensar a importância do “outro” em uma perspectiva comunicacional nos faz retomar a discussão sobre o reconhecimento em Ricoeur (2006), o qual não pensa um outro para ser dominado, evitado ou odiado, mas a abertura para a convivência com vivências até então desconhecidas, e que ao nos atravessarem transformam também nossas formas de identificação. Contra discursos de ódio, é preciso pensar a promoção de diálogos construtivos com o(s) “outro(s)”, com quem nos relacionamos diretamente ou simbolicamente (BARROS, 2020). Nos *podcasts*, a relação de diálogo é tanto especular, nos debates e histórias que fazem o/a ouvinte refletir sobre suas próprias experiências, como concretizada nas rodas de conversa entre *podcasters* e entre público por meio do *Telegram*. As interações ocorrem de várias formas: em cada episódio que pressupõe a alteridade com a existência de um outro participante e/ou horizonte ouvinte; em relação horizontal entre produtoras e ouvintes; e no encontro do “eu” e o “outro” nos diálogos entre ouvintes.

Paul Ricoeur (2006, p. 75) nos ajuda a compreender essas dinâmicas com sua sugestão de uma “filosofia do estar-no-mundo”. Segundo o autor (RICOEUR, 2006), são três as cenas para pensar o reconhecimento: a) o reconhecimento como identificação – o que é o “eu” e o que é o “outro”, chamado de “mesmidade” ou “idem”; b) reconhecer-se a si mesmo – o que te faz singular, sujeito, indivíduo, chamado de “ipseidade”; e c) o reconhecimento mútuo – reconhecer o outro e se reconhecer no outro, reconhecer-se no coletivo, dialética/diálogo entre “idem” e “ipse”. É possível perceber que reconhecimento e identidade estão imersos em

ambientes de intrigas e concordâncias, dissensos e consensos. Em todos esses momentos, atuam mediações (OROZCO GÓMEZ, 2005) e categorias interseccionais (COLLINS; BILGE, 2021).

Ao abordar a *mesmidade*, o reconhecimento como identificação, Ricoeur (2006) diz que reconhecer é uma relação de exclusão – diferente de discriminação preconceituosa –, na diferenciação dos territórios do “eu” e do “outro”, seja no reconhecimento das coisas, com seus traços genéricos, ou de pessoas, em seus traços individuais. Nesse sentido, “identificar é distinguir: um não é o outro” (RICOEUR, 2006, p. 163). Essa diferenciação não é estanque, e está sujeita a mudanças ao confrontarmos o desconhecível. Assim, em uma relação de familiaridade não haveria como falar de reconhecimento, já que este depende de uma hesitação, de perturbação em nosso “horizonte de percepção” (RICOEUR, 2006, p. 77). O reconhecimento, portanto, está diretamente associado à afetação, ao afeto – sendo a mudança a sua marca.

Já a *ipseidade*, o reconhecimento de si-mesmo (*self*), avança essa diferenciação entre o “eu” e o “outro”, dessa vez centrando-se na identidade do “eu”, do “plano de consciência de si mesmo” (RICOEUR, 2006, p. 105). Achar o que há de particular em si mesmo, o que é próprio dos indivíduos, e que ainda assim são aspectos mutáveis. Para refletir sobre esta forma de reconhecimento, Ricoeur (2006) aborda as formas de identificação de si a partir da ideia de capacidades individuais, e possíveis impedimentos para o exercício delas.

No último conceito, de reconhecimento mútuo, o autor (RICOEUR, 2006) aponta que este só ocorre dentro da relação de troca *entre* atores, o que não é uma relação sem dissensos ou dissimetrias. “[O] reconhecimento mútuo pode ser resumid[o] como uma luta entre o desconhecimento de outrem e ao mesmo tempo como uma luta pelo reconhecimento de si mesmo pelos outros” (RICOEUR, 2006, p. 268). Sobre a constituição da alteridade, o autor nos diz que esta ocorre no “eu” e a partir do “eu”, e aponta obstáculos quando identidades e coletividades já legitimadas se recusam a reconhecer o outro. A alteridade está sujeita às relações tanto de conflito como de partilha.

O pensar a si mesmo, porém, está sujeito a condições situacionais, institucionais, referenciais, de convivência midiática, além de desigualdades, formas de opressão e discriminação. Tudo atua na construção de identidades. Seguimos na linha de pensar que “o outro está presente no tempo e espaço da experiência de vida de cada indivíduo, o outro está presente na própria concepção da ipseidade de cada um. O outro está em nós.” (BARROS,

2017, p. 171). Esses outros não são só os que convivo, mas os que vieram antes de mim e os que virão, além das estruturas hegemônicas históricas que diferenciam o “eu” e os “outros”.

A comunicação expressa um incontido desejo de estar com o outro, de aceitar o desafio que o outro nos lança por meio de sua singularidade, de sua diferença. O encontro com o outro, em sua dimensão comunicacional, estética e política, se expressa sempre de forma agonística, na qual um indivíduo incita e interpela o outro por meio da dúvida, do estranhamento, do convite à interlocução. É no cotidiano que a comunicação com o outro se fortalece, se redimensiona e redimensiona os sujeitos e o meio no qual se inserem. Comunicar exige o estabelecimento de um sistema normativo e valorativo comum, um conjunto de afetos e ações compartilhadas dentro da relação que se estabelece entre os indivíduos. Nesse processo, o reconhecimento do mundo do outro deve envolver, além de dimensões estéticas, éticas e políticas, uma comunicação ligada às práticas compartilhadas dos indivíduos (MARQUES e MARTINO, 2015, p. 34).

As partilhas em comunidade que ocorrem nos grupos do *AFETOS* e *Não Inviabilize* no *Telegram* são resultado da afetação dos/das ouvintes, não só a partir dos episódios, mas provenientes de questões pessoais, da criação de interpretações e sentidos. São acionados, neste compartilhamento, as formas de identificação construídas na vivência em sociedade, nas mediações, no confronto e reconhecimento entre o si mesmo e o outro.

Retomamos a noção de “espaços seguros” (COLLINS, 2019) que identificamos nos *podcasts*, na liberdade das discussões e narrativas das produtoras negras, e também nos grupos do *Telegram*. No grupo do *AFETOS*, temos espaço para partilha de experiências dos e das ouvintes que buscam ressignificar e compreender situações de violência e vulnerabilidade vividas – tais partilhas se desenvolvem em formas de autodefinição, complementadas no contato com os outros ali participantes, em processo de reconhecimento mútuo (RICOEUR, 2006). Apesar da grande maioria dessas partilhas sensíveis se tratarem de experiências de mulheres negras, também homens negros e, em menor número, pessoas não-negras, participam contribuindo com as discussões, a partir de suas semelhanças e diferenças. Apesar da concepção de Collins (2019) exigir espaços restritos em torno das mulheres negras, tal grupo não se mostra território menos seguro pela abertura à diversidade dos e das ouvintes, ao mesmo tempo em que as temáticas relacionadas ao universo da negritude e do gênero são sempre centrais.

Apesar das limitações mencionadas, como a restrição de mensagens e o comprometimento da experiência de não assinantes, também no *Não Inviabilize* membros encontram meios de compartilhar suas histórias pessoais mescladas com as dos episódios, posicionando-se na avaliação de atitudes e acontecimentos, principalmente quando envolvem

formas de discriminação e violência interseccionadas. Ainda que ajam desentendimentos, existe a constituição de um “espaço seguro” de compartilhamento, de expressão de opinião, ancorado nas regras de convivência do grupo. As vivências compartilhadas, porém, mostram-se menos aprofundadas do que no *AFETOS*, no sentido de terem menos espaço para elaborar suas experiências e identidades em diálogos transformadores entre ouvintes. Uma autodefinição, identificação dos participantes, neste segundo, parece mais presente em formas de reconhecimentos *idem* e *ipse*, da identificação do “si mesmo” e da diferenciação frente ao outro, menos mescladas para atingir a densidade do reconhecimento mútuo.

Em ambos os grupos é característico partilhas sensíveis de *ipseidades*, do compartilhamento de identidades de “si mesmo” em condições interseccionadas, de vivências a partir de diferentes mediações, mas que se cruzam quando no *AFETOS* vemos as discussões de raça e gênero alavancarem a participação de várias pessoas autoidentificadas negras e mulheres; e no *Não Inviabilize* quando a história contada no episódio aciona os e as ouvintes que vivem situações semelhantes, relacionadas à raça, ao gênero, mas também ao corpo. São experiências do “eu” normalmente divididas com o grupo como formas de indignação com condições de preconceito, discriminação e violência; ou mesmo de posicionamento enquanto casos reais de superação, de lida com situações desse tipo, de vida enquanto indivíduos em interseccionalidade.

Porém, nas respostas dos membros do *Não Inviabilize* diretamente aos personagens encontramos mais marcas de um movimento de *mesmidade*, do que é o “eu” comparado ao “outro”. Em vários momentos ocorre esta diferenciação, na percepção do que era até então desconhecível, na afetação frente às vivências desses “outros”, quando por exemplo opinam as atitudes do “outro” nas histórias, comentam como agiriam em seu lugar e o porquê.

Essas percepções não excluem a existência dos três tipos de reconhecimento sugeridas por Ricoeur (2006) nos dois grupos do *Telegram*, mas fazem parte da análise de que existem pesos diferentes dessas formas de identificação em cada um, do entendimento das semelhanças e diferenças das experiências em cada grupo.

Por fim, retornamos ao conceito de “oralitura” que nos auxiliou na compreensão de traços da vocalidade, dos aspectos culturais e identitários inscritos nas narrativas das *podcasters* negras, mas que, apesar de não podermos acessar oralidade e movimento nas interações do *Telegram*, ainda assim nos ajudou a ter a sensibilidade de procurar por tais performances socioculturais e de identidades presentes nas partilhas sensíveis e políticas das e dos ouvintes que são acionadas pela experiência com a voz dessas produtoras. Essas partilhas

foram apreendidas através da busca pelas mediações acionadas nas mensagens verbalizadas nesses ambientes de trocas, da busca pelo reconhecimento de si e do reconhecimento do outro.

REFLEXÕES E CONSIDERAÇÕES FINAIS

A título de conclusão desta dissertação, defendemos que a compreensão de fenômenos comunicacionais exige perceber a complexidade das dimensões humanas envolvidas na apreensão e apropriação de mensagens, bem como nos novos espaços de construção de vínculos em ambientes midiáticos por meio de interações sensíveis. Ao nos prendermos à divisão de etapas de uma comunicação entendida somente como transmissão, quando olhamos isoladamente os polos de emissão, seus canais e mensagens, ou a recepção de forma generalizante, deixamos de lado as construções criativas de significados, as transformações nas formas de identificação e reconhecimento dos sujeitos emancipados e diferentes entre si, de sua criticidade frente aos acontecimentos sociais.

É evidente que estamos imersos em uma sociedade midiática, como discutem José Luiz Braga, ao analisar o sistema de resposta social sobre a mídia, e Muniz Sodré em seu conceito de *bios midiático*. Tal imersão nos coloca a todo momento convivendo *com* e *utilizando* tecnologias da comunicação para estruturar nossas rotinas e trocas dialógicas. Porém, o deslocamento da ênfase dos meios para as mediações culturais e comunicacionais proposto por Jesús Martín-Barbero se mostra ainda adequado e atual – considerando as transformações de seus mapas das mediações – para pensar as práticas de comunicação compartilhada nos contextos não só da América Latina como um todo, mas especificamente do Brasil, país cultural e socialmente diverso. As dinâmicas de trocas e interações dialéticas não podem ser explicadas sem olharmos para as matrizes e contextos que atravessam os sujeitos, que se entrelaçam e atuam em seus processos de recepção. Nesta investigação, as cinco mediações sintetizadas por Guillermo Orozco Gómez, a partir da proposição paradigmática de Martín-Barbero, ajudam-nos a mostrar uma enorme variedade de vivências que se atravessam, acionadas pelos e pelas espectadoras em interação, em processos de significação da escuta dos *podcasts* e constituição de diálogos em comunidade.

Neste sentido, unir tais reflexões às discussões do feminismo negro enriqueceu o entendimento da composição de identidades e relações de poder atreladas às experiências da vida cotidiana, e nos parece agora movimento imprescindível para pensar as vivências dos sujeitos. As diferentes categorias de interseccionalidade, como sugeridas por Patrícia Hill Collins e Sirma Bilge, estão também presentes na composição dessas mediações, e tornam mais ampla e crítica a análise dos lugares que ocupamos, da constituição de identidades, envoltas de hierarquias e formas de exclusão historicamente construídas em torno de gênero, raça, sexualidade, regionalidade, classe, entre outros. Esta diversidade do olhar para as mediações culturais e comunicacionais, em que inserimos as interseccionalidades, ajuda-nos a explicar a constituição de diferentes formas de ver o mundo, viver, agir, consumir, e se posicionar social e politicamente.

Em síntese das etapas desta investigação, pontuamos os principais achados de cada seção, em um percurso de descoberta não só das dinâmicas da podosfera, das experiências nos *podcasts* de mulheres negras e com suas comunidades, mas do comportamento humano, que fizeram parte da ampliação do olhar em movimento de autopercepção e reflexão da própria pesquisadora.

Dessa forma, primeiramente partimos de uma breve historicização da relevância da mídia sonora na experiência da recepção até chegarmos na descrição das principais características e preferências dos *podcasts* na esfera brasileira, e dos programas escolhidos como objeto deste estudo. Tal levantamento mostrou a incipiência do protagonismo das mulheres na podosfera, com estudos mais recentes (principalmente de 2022) com olhar para gênero, raça e diversidade. As formas alternativas de produzir e adentrar no ramo dos *podcasts* buscam o reconhecimento e resistência por parte de grupos minoritários, frequentemente excluídos da mídia tradicional. Ao final, afunilamos o olhar para este espaço em que portas são abertas para diversas vozes se fazerem ouvidas, para então chegarmos na apresentação dos programas *AFETOS* e *Não Inviabilize*, imersos na temática do comportamento humano.

Em seguida, focamos nas fundamentações teóricas e metodológicas da pesquisa, localizando o presente estudo no entendimento de uma comunicação relacional e sensível. Para pensar tais relações humanas de afetações (no sentido dos afetos) não foi suficiente entender a comunicação com o prisma de uma indústria cultural ou comunicação de massa, ou mesmo se prender aos significados transmitidos nas mensagens: olhamos para os sujeitos, as produtoras e suas/seus ouvintes, que são diversos e atravessados por diferentes vivências que

atuam nas formas de interpretação e significação. Em razão disso, a experiência estética foi base do que entendemos serem processos comunicacionais dialógicos, de criação de ambientações comuns, que envolvem as mediações dos sujeitos em sociedade. Concepções que ampliam o olhar para as apropriações, na compreensão do entorno, das diferentes condições e realidades que envolvem a produção de sentidos compartilhada.

Neste sentido, avançamos para apontar “pontos de partida”, o entendimento dos contextos das produtoras Karina Vieira e Gabi Oliveira, do *AFETOS*, e Déia Freitas, do *Não Inviabilize*, que ajuda também a entender as dinâmicas de funcionamento de seus *podcasts*. Tais aspectos estão presentes nas escolhas pela escuta e formas de vinculação dos e das espectadoras. Aquilo que as *podcasters* representam, quais suas lutas sociais e políticas, como se identificam e suas escolhas sensíveis dos temas e estrutura dos programas. Tais contextos mostram aproximação, identificação do público à realidade dessas produtoras, em especial quando percebemos a defesa de ações afirmativas voltadas a pessoas trans, pretas, pardas e indígenas, assim como o protagonismo de mulheres negras nos grupos. As trajetórias das produtoras, sua formação educacional, experiências de trabalho – ou falta de oportunidades de trabalho –, familiares, com relacionamentos e mesmo seus padrões estéticos são acionados nos grupos como aspectos de reconhecimento entre ouvintes e as *podcasters*. Seus contextos ajudam a criar uma atmosfera amistosa nestes grupos, formados por pessoas que se identificam com as realidades, debates e histórias delas. Por fim, chegamos aos “pontos de chegada”, do olhar para as apropriações como um processo que não necessariamente se inicia na escuta de um episódio, mas se consolida nas perspectivas de reconhecimento resultante da experiência estética vivenciada por expectadoras/es, que se emancipam ao se reconhecerem nas interações possibilitadas pelos *podcasts*.

A seguir, trouxemos os dados que nos ajudam a responder à pergunta central desta pesquisa: como se dá a experiência sensível das/dos ouvintes destes *podcasts*, aproveitando a riqueza dos ambientes de trocas criados pelos grupos de cada programa no *Telegram*. Por meio das mensagens síncronas, das possibilidades de interação entre ouvintes e produtoras, estivemos mais próximos de compreender suas apropriações, afetações, formas de significação, constituição de vínculos, em trocas que mais se assemelham a uma conversa face a face. Durante três meses foram levantadas as mediações culturais e comunicacionais acionadas pelas/os participantes, a partir da categorização dos temas mais presentes nas discussões.

Tanto no grupo do *AFETOS* como do *Não Inviabilize*, apesar das diferentes propostas de cada programa, percebemos como os episódios convocam as mediações situacionais das e dos espectadores. No *AFETOS*, com a liberdade dos membros para desenvolverem partilhas sensíveis e diálogos, estas aparecem em maior proporção, mostrando ser um grupo em que as/os participantes se sentem seguras/os para tratar de momentos de vida e estados de espírito, para desabafar, pedir conselhos, e estas conversas se desenrolam em numerosas interações entre as/os ouvintes. Enquanto que no *Não Inviabilize* as/os ouvintes acionam as situações em que se inserem muito mais pela semelhança de vivências pessoais com as histórias narradas no *podcast*. O vínculo da/do ouvinte com o *podcast* neste caso parece ser mais relevante do que o vínculo entre ouvintes. Uma possível razão pode ser o funcionamento da ferramenta, visto que o grupo do *Não Inviabilize* possui mais restrições de envio de mensagens.

É perceptível, nos dados enviados pelas produtoras e na observação das interações, a presença marcante de mulheres nesses grupos. Apesar de muito diversos em mediações referenciais, a questão de gênero perpassa a maioria das conversas e se acentua quando associada a discussões como de raça, corpo, família e trabalho. Existe a compreensão de ambos os grupos de que ser mulher implica sofrer pressões e formas de exclusão, de serem menos valorizadas e até abandonadas por parceiros (no masculino, pois esta relação foi estabelecida em relacionamentos heterossexuais), pela alta carga de trabalho que acumulam em razão das atividades domésticas, os desafios de ser mãe, além de sofrerem com padrões estéticos. E esse processo de reconhecimento de si-mesmo em um contexto de alteridade, em situações de consenso e de dissenso, revelam afetividades e afetações e produzem movimentos de resistência e afirmação de existência, ou de “(re)existência”, como elabora Catherine Walsh. Em suas pedagogias decoloniais, a autora nos desafia a construir “práticas insurgentes de resistir, (re)existir y (re)viver” (WALSH, 2017).

O *AFETOS* pareceu atingir o propósito assumido por suas produtoras, observando as interações de seus ouvintes, ao considerarem que se cria uma comunidade para compartilhamento de experiências e aproximação. São observados aqui, mais claramente, a constituição de vínculos entre participantes e que o compartilhamento de experiências sensíveis se estende no tempo, para além dos temas dos episódios. Mesmo na retomada de episódios anteriores ao período pesquisado, vemos que a partilha de temas cotidianos, angústias e experiências interseccionadas busca o retorno nas trocas, o diálogo entre espectadores.

Concluimos que o grupo do *AFETOS* se constitui em um espaço seguro como proposto por Collins, para a presença e debate de questões raciais por mulheres negras, visto ser o assunto mais recorrente. As mediações referenciais, as interseccionalidades em relação a gênero e raça, mostram uma aproximação do perfil das ouvintes e das produtoras. As partilhas sobre as vivências das espectadoras perpassam inúmeros casos de discriminação e racismo, intrinsecamente relacionados à saúde mental, mas também sobre relacionamentos afetivos, famílias inter-raciais, vagas para cursos e cosmética com foco no cabelo crespo, dentre outras experiências. A segurança em compartilharem angústias e dúvidas, em busca de um retorno, mostra que o grupo se apresenta como uma rede comunicacional de apoio; também percebemos, em ambos os grupos, uma vontade de conscientização, criticidade e politização, principalmente quando se trata de se inserirem em discussões do feminismo negro. Neste sentido, o campo do cotidiano, das vivências, é privilegiado, não se tratando de interesses somente no conhecimento teórico-argumentativo, mas no campo da ação, de atitudes possíveis frente aos desafios que membros do grupo enfrentam.

As interações no *AFETOS* vão além de mostrarem processos de interpretação e produção de sentidos sobre os episódios do *podcast*, tratando-se mais de caminhos para a compreensão das/dos ouvintes acerca de suas próprias experiências. Os vínculos aqui criados, bem como o entrelaçamento entre aspectos sensíveis, sociais e políticos nas interações nos mostram que este grupo se constitui em uma comunidade afetiva e de reconhecimento mútuo, nos termos de Herman Parret e Paul Ricoeur.

Já no grupo do *Não Inviabilize*, a produção de sentidos pelos membros parece ficar mais no campo da compreensão das narrativas dos episódios, da tomada de posições e compartilhamento de opiniões sobre as histórias. O grupo no *Telegram* mantém um “canal aberto” para as mensagens, para uma comunicação que pode ou não ser transformadora, engajadora, mas que na maioria das vezes parece mostrar uma vontade individual de “aparecimento”, de sentimento de participação, mais do que de partilha entre os membros em si. Tal pertencimento, porém, parece não construir uma forte comunidade afetiva, somado às condições restritivas citadas anteriormente, como um grande número de membros que torna o grupo mais heterogêneo em relação a gênero, raça, sexualidade, corpo e classe, por exemplo, mas também o torna mais esparso.

Outros pontos são as diferentes condições de acesso ao *podcast Não Inviabilize* (assinantes e não assinantes) e, por fim, por ouvintes não poderem compartilhar histórias pessoais se não estiverem relacionadas a alguma *hashtag*, às histórias dos episódios do

programa – ou seja, a discussão interseccional aparece somente se o episódio do *podcast* trouxe uma história relacionada com essas condições. Aqui, a conversa *entre* os participantes é menos frequente do que em relação às mensagens direcionadas aos personagens das histórias, aos contos em geral, ou à produtora Déia. As interações demonstram que o grupo é lugar de reflexão, mas não apontam mudanças profundas da compreensão e posicionamento dos indivíduos frente a outras realidades apresentadas.

Apesar das diferentes dinâmicas de interação em cada grupo, vemos como existe um atravessamento entre estes públicos, seja de espectadores e espectadoras que já eram fãs de cada programa individualmente ou com o quadro que une as produtoras no *AFETOS te ajuda*. O que nos leva a concluir que estes diferentes territórios possibilitam também diferentes formas de criação de conexões, vínculos com os *podcasts*, as *podcasters* e a comunidade de fãs, de forma mais ou menos engajadora. Existe muita semelhança em relação aos dados do público de cada *podcast*. Apesar da grande diferença de número de ouvintes, ambos possuem em sua maioria espectadoras mulheres, e a faixa dos 23 a 34 anos é onde se concentra a maior parte da audiência. Tais semelhanças, porém, não excluem as diferentes camadas de múltiplas mediações que aparecem nas interações e que tornam a experiência em cada grupo únicas.

As conversas nos dois grupos frequentemente são compostas por dissensos acionados pelos participantes, que como discute Ângela Marques, colocam diferentes regimes de sensorialidade em diálogo. Os grupos do *Não Inviabilize* e *AFETOS* se tornam territórios propícios para membros comunicarem diferentes experiências estéticas e políticas. No *AFETOS*, sem tantas restrições para as mensagens, com menos membros e temáticas mais delimitadas, vemos que de forma mais explícita os dissensos estruturam trocas dialéticas. Os e as participantes partilham interpretações e realidades que muitas vezes esclarecem diferentes vivências vulneráveis, e até precárias, recebidas e apropriadas pelos membros, que passam a compreender de forma mais crítica e politizada as opiniões do grupo, os episódios do *podcast* e experiências de vida em geral.

Alguns pontos de fragilidade da pesquisa podem ser apontados, como o caso da vinculação da pesquisadora às comunidades de fãs de cada *podcast* que torna o olhar da investigação diferente daquele de quem não conhece ou acompanha os programas. Este, porém, também é um lugar privilegiado para as observações, no reconhecimento e afetação da autora nestes grupos. Um olhar atravessado por questões mais diversas de gênero, raça (com ênfase em pessoas negras), classe (menos favorecidas) e corpos dissidentes pode, por isso, contribuir ainda mais para futuras reflexões.

O desafio de levantar uma grande quantidade de dados de forma manual, de numerosas mensagens compartilhadas em ambos os grupos durante os três meses sem auxílio externo, e busca por soluções que mantivessem o anonimato dos participantes, também mostram o processo personalizado das análises. Considerando o fator humano na pesquisa, algumas percepções podem não ter sido consideradas pela pesquisadora, em detrimento de outras mais alinhadas às suas condições referenciais, institucionais, cognitivas e situacionais.

Ao finalizar a presente pesquisa, esperamos contribuir com novas perspectivas de discussão, enriquecendo a abordagem dos objetos de investigação em comunicação. Apesar de surgir no contexto audiovisual, pudemos nos apropriar da compreensão das mediações em ambientes sonoros e das plataformas digitais de trocas de mensagens. As partilhas estéticas e poéticas encontradas mostram diferentes condições que circundam processos de subjetivação. Por isso, parece-nos não só adequado, mas indissociável da comunicação pensá-la por um eixo sensível, da experiência estética constituída em interações.

O processo de pesquisa vinculado ao entendimento da comunicação como experiência estética, das partilhas sensíveis que constituem o comum compartilhado de que nos explica Jacques Rancière, e como os afetos e vínculos demonstram também trocas e expressões políticas, das estratégias sensíveis nos termos de Muniz Sodré, fez parte de uma transformação também pessoal da investigadora, de ampliação do olhar para as diferentes vivências em interações cotidianas que nos convocam a pensar relações de privilégios, repensar atitudes, estarmos abertos ao reconhecimento do outro, não objetificado, enquanto refletimos o reconhecimento de nós mesmos como protagonistas no mundo.

Os dissensos construtivos de que nos fala Rancière são necessários, de modo a sermos afetados e incomodados com vivências de vulnerabilidade do outro, nesta investigação expressas principalmente pelas condições associadas às experiências de mulheres negras, historicamente silenciadas como nos alertam Grada Kilomba e Djamila Ribeiro. Existem entraves, e mesmo impossibilidade, para uma simples comparação das diferentes existências e identidades, de acesso a oportunidades e compreensões da realidade. É neste sentido que chegamos à conclusão de uma necessidade, não só metodológica e teórica, mas epistemológica das e dos comunicadores, do pensar a pesquisa em comunicação com estesia, uma *comunicação sem anestesia*, que extrapole os muros acadêmicos para as relações em sociedade.

Mais do que sermos comunicadores e comunicadoras, o que nos remete ainda à noção de transmitir informações, o olhar dialético entre estética e poética, do cotidiano e das mediações

comunicacionais, nos faz concluir que é necessário nos desafiarmos a sermos também comunicólogos e comunicólogas. Ou seja, de repensarmos o fazer comunicacional permanentemente frente às provocações das interações humanas. Precisamos nos afirmar como sujeitos dos processos comunicacionais e nos colocar em afetação nas relações com os Outros. Precisamos pensar e fazer “comunicação sem anestesia” (BARROS, 2017), como nos desafia o orientador da pesquisa aqui relatada.

Finalizamos esta dissertação na intenção de ajudar a construir o caminho não só para a ampliação do olhar para objetos da podosfera, mas por maior valorização das pesquisas com ênfase em gênero e raça, e mais, para sermos também mais humanos. Compreendemos que o olhar para as diferenças primeiro descontrói preconceções, para então construir novos olhares, das possibilidades de existências e fazeres, da potencialidade de viver plenamente como sujeitos e sujeitas. Como nos diz Ira Croft (HACK, 2022, s/p), no contexto da podosfera, “[...] continuamos trilhando esse caminho para nós e para aquelas que virão”.

REFERÊNCIAS

ABPOD - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PODCASTERS. **PodPesquisa 2019-2020: 2020**. Disponível em: abpod.org/podpesquisa-2019/. Acesso em: 04 jun. 2022.

ABPOD – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PODCASTERS. **PodPesquisa Produtor 2020-2021: 2021**. Disponível em: abpod.org/podpesquisa/. Acesso em: 04 jun. 2022.

AFETOS por Gabi Oliveira e Karina Vieira. **Spotify**, 2022. Disponível em: <https://open.spotify.com/show/3cEqpvXRLIyOZXAJTOERBR>. Acesso em: 03 out. 2022.

AKOTIRENE, Carla. **Interseccionalidade**. São Paulo: Sueli Carneiro; Pólen, 2019.

ALMEIDA, M. (2021). Território de afetos: práticas femininas antirracistas nos quilombos contemporâneos do Rio de Janeiro. **História Oral**, v. 24, n. 2, 293–309. <https://doi.org/10.51880/ho.v24i2.1209>

ALVES, João Vitor de Almeida Brito. [Dissertação de Mestrado] **Análise estrutural da narrativa sonora aplicada ao podcasting: um estudo de “Caso Evandro”**. Mariana: Universidade Federal de Ouro Preto, 2021.

BARBOSA, Helen Campos; CARDOSO FILHO, Jorge. Manifestos para ouvir: experiência estética genderizada e racializada a partir de Luedji Luna. In: ANAIS DO 29º ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 2020, Campo Grande. **Anais eletrônicos...** Campinas, Galoá, 2020. Disponível em: <https://proceedings.science/compos/compos-2020/papers/manifestos-para-ouvir--experiencia-estetica-genderizada-e-racializada-a-partir-de-luedji-luna>. Acesso em: 15 nov. 2022.

BARGAS, Diego. Conheça Déia Freitas, a contadora de histórias que conquistou a podosfera. Entrevista a Déia Freitas. Revista Quem, Globo, 26 de jan. de 2022. Disponível em: <https://revistaquem.globo.com/Entrevista/noticia/2022/01/conheca-deia-freitas-contadora-de-historias-que-conquistou-podosfera.html>. Acesso em: 03 abr. 2023.

BARROS, Laan Mendes de. Recepção, mediação e midiatização: conexões entre teorias europeias e latino-americanas. p. 79-105. In: MATTOS, MA.; JANOTTI JUNIOR, J.; JACKS, N., (orgs.). **Mediação & midiatização** [online]. Salvador: EDUFBA, 2012.

BARROS, Laan Mendes de. A questão da experiência estética nos debates de epistemologia da comunicação. **Questões Transversais – Revista de Epistemologias da Comunicação**, v. 2, n. 3, jan./jun. 2014. p. 2-11

BARROS, Laan Mendes de. Comunicação sem anestesia. **Intercom, Rev. Bras. Ciênc. Comun.** [online]. 2017, v. 40, n. 1, p. 159-175.

BENJAMIN, Walter. A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica. Trad. de Sergio Paulo Rouanet. In: **Magia e Técnica, Arte e Política: ensaio sobre literatura e história da cultura** (Obras escolhidas), v. 1, n. 6, São Paulo: Editora Brasiliense, 1993.

BERRY, Richard. Mapping podcasts. **Radio & Podcast Academic**, Sunderland, 28 dez. 2019. Disponível em: <https://richardberry.eu/mapping-podcasts/>. Acesso em: 20 out. 2022.

BERRY, Richard. Podcasting: Considering the evolution of the medium and its association with the word 'radio'. **The Radio Journal International Studies in Broadcast and Audio Media**, v. 14, n. 1, 2016. p. 7-22. 2016. DOI: http://dx.doi.org/10.1386/rjao.14.1.7_1

BERRY, Richard. Will the iPod Kill the Radio Star? Profiling Podcasting as Radio. **The International Journal of Research into New Media Technologies**, v. 12, n. 2, p. 143-162, 2006. DOI: 10.1177/1354856506066522

BONINI, Tiziano. A “segunda era” do podcasting: reenquadrando o podcasting como um novo meio digital massivo. Trad. Marcelo Kischinhevsky. **Radiofonias — Revista de Estudos em Mídia Sonora**, Mariana, v. 11, n. 1, p. 13-32, jan./abr. 2020.

BORGES, Rosane. Mídias, racismos e outras formas de destituição: elementos para o reposicionamento do campo da comunicação. In: CORRÊA, Laura Guimarães. (org.) **Vozes negras em comunicação: mídia, racismos, resistências**. Coleção Cultura Negra e Identidades. Belo Horizonte: Autêntica, 2019.

BOURRIAUD, Nicolas. **Estética Relacional**. Trad. Denise Bottmann. São Paulo: Editora Martins Fontes, 2009.

BRAGA, José Luiz. **A sociedade enfrenta sua mídia: dispositivos sociais de crítica midiática**. São Paulo: Paulus, 2006a.

BRAGA, José Luiz. Mediatização como processo interacional de referência. **ANIMUS**, revista interamericana de comunicação midiática. v. 5, n. 2, jul./dez. 2006b.

CALABRE, Lia. **A era do rádio**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2004.

CAVALCANTE, Aldenora Teófilo Vieira Santos. [Dissertação de Mestrado] **Enegrecendo a pauta: mulheres negras, afeto e resistência na podosfera brasileira**. Orientadora: Ana Isabel Crispim Mendes Reis. 2021. 177 p. Dissertação (Mestrado) Mestrado em Ciências da Comunicação, Faculdade de Letras, Universidade do Porto (UMinho). 2021.

CHALHUB, Samira. **Funções da Linguagem**. São Paulo: Editora Ática, 5ª ed., 2000.

COLLINS, Patricia Hill; BILGE, Sirma. **Interseccionalidade** [recurso eletrônico]. Trad. Rane Souza. São Paulo: Boitempo, 2020.

COSTA, Clara Isabel de Andrade. [Dissertação de mestrado] **Podcasts e construção de sentido: acontecimento, narrativa e reverberações na série jornalística Serial**. Belo Horizonte: Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, 2017.

COUTO, Ana Luíza S.; MARTINO, Luís Mauro Sá. Dimensões da pesquisa sobre podcast: trilhas conceituais e metodológicas de teses e dissertações de PPGComs (2006-2017). **Revista Rádio-Leituras**, Mariana, v. 9, n. 2, p. 48-68, jul./dez. 2018.

D'ANDRÉA, Carlos. **Pesquisando plataformas online: conceitos e métodos**. Salvador: EDUFBA, 2020. 79 p.

OSTROFF, Dawn; Chief Content & Advertising Business Officer; Spotify. **CULTURE NEXT 2020: Global Trends Report. Relatório Spotify**, v. 2. Disponível em: <https://ads.spotify.com/pt-BR/culture-next/the-2020-report/>. Acesso em: 06 mar. 2023.

DEARMAN, P., GALLOWAY, C. Putting Podcasting into Perspective. In: HEALY, S., BERRYMAN, B., GOODMAN, D. (ed.). **Radio in the World: 2005 Melbourne Radio Conference**. Melbourne: RMIT University Press, 2005.

DUARTE, Eduardo. O fenômeno antropológico da experiência estética. In: ANAIS DO 17º ENCONTRO ANUAL DA COMPOS, 2008, São Paulo. **Anais eletrônicos...** Campinas, Galoá, 2008. Disponível em: <https://proceedings.science/compos/compos-2008/papers/o-fenomeno-antropologico-da-experiencia-estetica>. Acesso em: 15 nov. 2022.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina Damboriarena. Um tributo a Martín-Barbero: fazendo memória de trajetos. **Intexto**, Porto Alegre, n. 43, p. 24-34, set./dez. 2018. DOI: <http://dx.doi.org/10.19132/1807-8583201843.24-34>

FERNANDES, Laís Cerqueira. Cultura participativa em podcasts: a mídia que só é real quando compartilhada. In: ComCult, 6, nov. 2018. **Anais...GT "Ambientes sonoros da comunicação"**, São Paulo, 2018.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio: o veículo, a história e a técnica**. Porto Alegre: Dora Luzzatto, 2007.

FERRARETTO, Luiz Artur. Uma proposta de periodização para a história do rádio no Brasil. **EPTIC – Revista de Economía Política de las Tecnologías e da Información y de la Comunicación**. v. 14, n. 2, maio/ago. 2012.

FERRAZ, Nivaldo. Um conceito de ouvinte expandido. **Rumores**, v. 13, n. 26, jul./dez. 2019. DOI:10.11606/issn.1982-677X.rum.2019.150898

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel; AMARAL, Adriana. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

FRANZKE, Aline Shakti; BECHMANN, Anja; ZIMMER, Michael; ESS, Charles; e Association of Internet Researchers (2020). **Internet Research: Ethical Guidelines 3.0**. Disponível em: <https://aoir.org/reports/ethics3.pdf> . Acesso em: 25 jul. 2023.

FREITAS, Déia. **Não Inviabilize**. Disponível em: <https://naoinviabilize.com.br/>. Acesso em: 30 set. 2022.

FRIQUES, Manoel Silvestre. Troca e relação na estética relacional. **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, E-Compós**, Brasília, v. 16, n. 3, set./dez. 2013.

GALLEGO, Norberto. El podcasting: una moda en Expansión. **Revista TELOS**, n. 65, out./dez. 2005. Disponível em: <https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero065/el-podcasting-una-moda-en-expansion/?output=pdf>. Acesso em: 26 out. 2022.

GLOBO. **PODCASTS E A CRESCENTE PRESENÇA ENTRE OS BRASILEIROS**: Pesquisa identifica os fatores que fazem do formato um sucesso no país. *Gente*, 17 jul. 2021. Disponível em: <https://gente.globo.com/pesquisa-infografico-podcasts-e-a-crescente-presenca-entre-os-brasileiros/>. Acesso em: 07 fev. 2023.

GONZALEZ, Lélia. **Por um feminismo afro-latino-americano**. Rio de Janeiro: Zahar, 2020.

GUIMARÃES, César; LEAL, Bruno Souza; MENDONÇA, Camargos (orgs.). **Comunicação e experiência estética**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006.

HACK, Aline (org.). **Feminismos e podcasts** [livro eletrônico]. São Paulo: Blimunda, 2022.

HAMMERSLEY, Ben. Audible revolution: Online radio is booming thanks to iPods, cheap audio software and weblogs, reports Ben Hammersley. **The Guardian**, 12 de fevereiro de 2004. Disponível em: <https://www.theguardian.com/media/2004/feb/12/broadcasting.digitalmedia>. Acesso em: 27 abr. 2022.

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

hooks, bell. **Erguer a voz: pensar como feminista, pensar como negra** [livro eletrônico]. São Paulo: Editora Elefante, 2019a.

hooks, bell. **Olhares negros: raça e representação**. Trad. Stephanie Borges. São Paulo: Elefante, 2019b.

JANAY, Paula. [Dissertação de Mestrado] **Tretas e textões em áudio**: historicidades, técnicas e sensibilidades de podcasts brasileiros. Salvador: Universidade Federal da Bahia, 2018.

JACKS, Nilda; SCHMITZ, Daniela; WOTTRICH, Laura. COMUNICACIÓN en Jesús Martín-Barbero: incursión a tres obras fundantes. p. 25-58. In: JACKS, Nilda; SCHMITZ, Daniela; WOTTRICH, Laura (orgs.). **UN NUEVO MAPA PARA INVESTIGAR LA MUTACIÓN CULTURAL**. Diálogo con la propuesta de Jesús Martín-Barbero. Ecuador: 2019.

JONES, Rosie; ZAMANI, Hamed; SCHEDL, Markus; CHEN, Ching-Wei; REDDY, Sravana; CLIFTON, Ann; KARLGREN, Jussi; HASHEMI, Helia; PAPPU, Aasish; NAZARI, Zahra; YANG, Longqi; SEMERCI, Oguz; BOUCHARD, Hugues; CARTERETTE, Ben. Current Challenges and Future Directions in Podcast Information Access. In: **Proceedings of the 44th International ACM SIGIR Conference on Research and Development in Information Retrieval (SIGIR '21)**, 11 a 15 de jul., 2021, On-line, Canada. ACM, New York, (EUA). Disponível em: doi.org/10.1145/3404835.3462805. Acesso em: 14 jun. 2022.

KILOMBA, Grada. A máscara. **PISEAGRAMA**, Belo Horizonte, n. 11, p. 26-31, 2017.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. Rádio social: mapeando novas práticas interacionais sonoras. **FAMECOS**, Porto Alegre, v. 19, n. 2, p. 410-437, maio/ago. 2012.

KISCHINHEVSKY, Marcelo; LOPEZ, Debora Cristina; BENZECRY, Lena. Podcasting tensiona categorizações e ganha, enfim, destaque como objeto de estudos. **Radiofonias — Revista de Estudos em Mídia Sonora**, Mariana, v. 11, n. 1, p. 6-12, jan./abr. 2020.

KISCHINHEVSKY, Marcelo; LOPEZ, Debora Cristina; MUSTAFÁ Izani; FREIRE, Marcelo; CONSCIENTE, Patrícia; COUTO, Leonardo Lopes do. A inserção dos estudos radiofônicos e de mídia sonora na pós graduação em comunicação no Brasil. **Radiofonias — Revista de Estudos em Mídia Sonora**, Mariana, v. 12, n. 3, p. 6-27, set/dez. 2021.

LEMONS, André. **PODCAST- EMISSÃO SONORA, FUTURO DO RÁDIO E CIBERCULTURA**. Disponível em: <http://saladeaulainterativa.pro.br/moodle/mod/book/view.php?id=2274>. Acesso em: 20 abr. 2022.

LINDGREN, Mia. Jornalismo narrativo pessoal e podcasting. Trad. Gustavo Ferreira. **Radiofonias — Revista de Estudos em Mídia Sonora**, Mariana, v. 11, n. 1, p. 112-136, jan./abr. 2020.

LISTEN NOTES. Podcast Stats: How many podcasts are there? 2022. Disponível em: <https://www.listennotes.com/podcast-stats/>. Acesso em: 11 jul. 2022 às 15h.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. Jesús Martín-Barbero e os mapas essenciais para compreender a comunicação. **Intexto**, Porto Alegre, n. 43, p. 14-23, set./dez. 2018. <http://dx.doi.org/10.19132/1807-8583201843.14-23>.

LOPEZ, Debora Cristina; KISCHINHEVSKY, Marcelo; BENZECRY, Lena. Perspectiva de gênero nos estudos radiofônicos. **Radiofonias** – Revista de Estudos em Mídia Sonora, Mariana-MG, v. 13, n. 1, p. 2-8, jan./abr. 2022.

LUIZ, Lucio (org.). **Reflexões sobre o podcast**. Nova Iguaçu: Marsupial Editora, 2014.

LUIZ, Lucio; ASSIS, Pablo de. O crescimento do podcast: origem e desenvolvimento de uma mídia da cibercultura. In: Simpósio Nacional da ABCiber, 3, 2009. **Anais...** São Paulo, 2009. MARKMAN, Kris M. Doing radio, making friends, and having fun: Exploring the motivations of independent audio podcasters. **New media & Society**, v. 14, n. 4, p. 547-565. 2011. DOI: 10.1177/1461444811420848

MARKMAN, Kris M. Doing radio, making friends, and having fun: Exploring the motivations of independent audio podcasters. **New media & Society**, v. 14, n. 4, p. 547-565. 2011. DOI: 10.1177/1461444811420848

MARQUES, Ângela Cristina Salgueiro; MARTINO, Luis Mauro Sá. A comunicação, o comum e a alteridade: para uma epistemologia da experiência estética. **Logos 43** - Cotidiano e Experiência, v. 22, n. 2, p. 31-44, 2º sem. 2015.

MARQUES, Ângela. Comunicação, estética e política: a partilha do sensível promovida pelo dissenso, pelo sensível e pela comunidade. **Revista Galáxia**, São Paulo, n. 22, p. 25-39, dez. 2011.

MARTÍN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Trad. Ronald Polito e Sérgio Alcides. 6. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.

MARTÍN-BARBERO, J. **Ofício de Cartógrafo**. São Paulo: Edições Loyola, 2004.

MARTINO, Luis Mauro Sá; MARQUES, Ângela Cristina Salgueiro. Reconhecer a vida e a experiência do outro Tensionamentos epistêmicos, normativos e identitários. Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (**E-Compós**), v. 24, p. 1-22, jan./dez.2021. doi.org/10.30962/ec.2212

MARTINS, Leda. Performances da oralitura: corpo, lugar da memória. **Língua e Literatura: Limites e Fronteiras**, Letras, n. 26, p. 63-81, 2003. <https://doi.org/10.5902/2176148511881>

MATTELART, Armand; MATTELART, Michèle. **História das teorias da Comunicação**. São Paulo: Edições Loyola, 2011.

MEDEIROS, Rafael; MENDONÇA, Fernanda; PRATA, Nair. Vozes ainda subalternas: podcasting e lutas por reconhecimento na arena midiática. **Esferas** (Dossiê: Democracia e cidadania nas ondas sonoras), ano 12, v. 1, n. 23, jan./abr. 2022.

MENEZES, José Eugênio de Oliveira. **Rádio e cidade: vínculos sonoros**. São Paulo: Annablume, 2007.

MIZANZUK, Ivan. **Projetos Humanos**. Histórias reais sobre pessoas reais. Disponível em: <https://www.projetohumanos.com.br/sobre/>. Acesso em: 09 fev. 2023.

NÃO INVIABILIZE. **Spotify**, 2022. Disponível: <https://open.spotify.com/show/66XCLKbi33MubYTZX2G2jW>. Acesso em: 03 out. 2022.

NASCIMENTO, L.; FONSECA, P.; Cesarino, L.; BARRETO, T.; MUSSA, V. Públicos refratados: grupos de extrema-direita brasileiros na plataforma Telegram. **Internet & Sociedade**, v. 3, p. 31-60, 2022.

NOSSA TRAJETÓRIA ACADÊMICA – AFETOS #12. [Locução de] Karina Vieira e Gabi Oliveira. AFETOS por Gabi Oliveira e Karina Vieira. Rio de Janeiro. Podcast. 29 de agosto de 2019. Spotify. 36'47". Disponível em: https://open.spotify.com/episode/5H2RJeCRJZOPLd9wgRMvQX?si=aN0WKPhDTNaA7zxiZAHQw&app_destination=whatsapp&nd=1. Acesso em: 09 mar. 2023.

OLIVEIRA, Gabi; VIEIRA, Karina. Precisamos falar mais sobre afetos | Gabi Oliveira Karina Vieira | TEDxSaoPaulo. **Youtube**, 28 out. 2020. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=ryUuVrCOeWs>. Acesso em: 04 out. 2022.

OLIVEIRA, Paula Cristina Janay Alves de. [Dissertação de Mestrado] **A nova era de ouro do rádio?:** Historicidades, tecnicidades e sensibilidades de podcasts brasileiros. Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2018. 171 f.

OROZCO GÓMEZ, Guillermo. O telespectador frente à televisão. Uma exploração do processo de recepção televisiva. **Communicare**, v. 5, n. 1, p. 27-42. 2005.

PAIVA, Raquel; GABBAY, Marcello. Sobre a Comunidade do Afeto: comunicação alternativa e comunidade no contexto atual. **Parágrafo**, Dossiê Comunicação e Desigualdades, v.5, n. 1, jan/jun. 2017.

PICADO, Benjamim. Dos objetos da Comunicação à comunicabilidade sensível: experiência estética e epistemologia da Comunicação. **Revista da Intercom RBCC**, São Paulo, v. 38, n. 1, p. 151-168, jan./jun. 2015.

PICADO, Benjamin (org.) **Escritos sobre comunicação e experiência estética: sedimentos, regimes, modalidades**. Belo Horizonte: PPGCOM/UFMG, 2019.

PINHO, Eunice. A Estética de Dufrenne ou a procura da origem. **Revista Filosófica de Coimbra**, n. 6, p. 361-396, 1994.

PRATA, N.; AVELAR, K.; CORDEIRO MARTINS, H. Podcast: a research trajectory and emerging themes: Podcast: trajetória de pesquisa e temas emergentes. **Comunicação Pública**, [S. l.], v. 16, n. 31, 2021. DOI: 10.34629/cpublica.67. Disponível em: <https://journals.ipl.pt/cpublica/article/view/67>. Acesso em: 26 out. 2022.

PRATA, Nair. Grupo de Pesquisa Rádio e Mídia Sonora – 30 anos: lugar dos estudos radiofônicos e desafios de pesquisa. **Radiofonias – Revista de Estudos em Mídia Sonora**, Mariana, v. 12, n. 2, p. 47-81, maio/ago. 2021.

PRIMO, A. F. T. Para além da emissão sonora: as interações no podcasting. **Intexto**, Porto Alegre, n. 13, 2005.

RANCIÈRE, Jacques. **O espectador emancipado**. Trad. Ivone C. Benedetti. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2012.

RANCIÈRE, Jacques. O que significa estética? Trad. Rui Pires Cabral. p. 1-19. Disponível em: <http://cargocollective.com/ymago/Ranciere-Txt-2>. Acesso em: 1º nov. 2022.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

RELAXE com Déia Freitas. Entrevista com Déia Freitas, por Ju Wallauer. Podcast. Mamilos. jul. de 2022. Duração 37'51''. Disponível: <https://open.spotify.com/episode/3UrHdv12dGpRXUz3rOjXoo>. Acesso em: 13 mar. 2023.

RIBEIRO, Djamila. **O que é: lugar de fala?** Belo Horizonte: Letramento: Justificando, 2017.

RICOEUR, Paul. **Percursos do Reconhecimento**. Trad. de Nicolás Nyimi Campanário. São Paulo: Edições Loyola, 2006.

SÁ, Simone Pereira de; AMARAL, Adriana; JANOTTI JR. Jeder Janotti (org.). **Territórios afetivos da imagem e do som** [recurso eletrônico]. Belo Horizonte: Fafich/Selo PPGCOM/UFMG, 2020.

SILVA, Alice dos Santos. MALTA, Renata Barreto. Mulheres podcasters: atuações feministas na pódosfera brasileira. **Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación (ALAIIC)**, Dossiê Comunicação e gênero na América Latina, v. 21, n. 39, 2022a.

SILVA, Alice dos Santos; MALTA, Renata Barreto. Vozes Femininas nas mídias sonoras: intersecções entre trabalho e relações de gênero. **Radiofonias – Revista de Estudos em Mídia Sonora**, Mariana-MG, v. 13, n. 1, p. 69-96, jan./abr. 2022b.

SILVA, Gessiela Nascimento da; PINHEIRO, Roseane Arcanjo. A pesquisa sobre podcasting na perspectiva de gênero: um olhar para os trabalhos apresentados na Compós. **Radiofonias – Revista de Estudos em Mídia Sonora**, Mariana-MG, v. 13, n. 1, p. 40-68, jan./abr. 2022.

SILVA, S. P.; SANTOS, R. S. O que faz sucesso em podcast? Uma análise comparativa entre podcasts no Brasil e nos Estados Unidos em 2019. **Radiofonias — Revista de Estudos em Mídia Sonora**, Mariana, v. 11, n. 1, p. 49-77, jan./abr. 2020.

SODRÉ, Muniz. **A ciência do comum**: notas para o método comunicacional. Petrópolis: Editora Vozes, 2014.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho**: uma teoria da comunicação linear e em rede. Petrópolis: Vozes, 2002.

SODRÉ, Muniz. **As estratégias sensíveis**: afeto, mídia e política. 2 ed. Raio de Janeiro: Mauad X, 2016.

SOUZA, J.; FORT, M. C.; BOLFE, J. S. Produção Audiofônica: uma análise de estilos frequentes na podosfera brasileira. **Radiofonias — Revista de Estudos em Mídia Sonora**, Mariana, v. 11, n. 1, p. 78-111, jan./abr. 2020.

SOUZA, Marco Aurelio Andrade de. The Joe Rogan Experience: como o podcast se tornou um sucesso absoluto. **Tecmundo**, 18 de ago. de 2021. Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/cultura-geek/223314-the-joe-rogan-experience-podcast-sucesso-absoluto.htm>. Acesso em: 25 dez. 2022.

TEDxTalks. O racismo, quando não nos mata, nos torna inseguras | Karina Vieira | TEDxLaçador. Youtube. 11 de jul. de 2017. 14'53''. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=j1TKNguowPs&t=410s>. Acesso em: 17 jan. 2023.

TEDxTalks. Precisamos falar mais sobre afetos | Gabi Oliveira Karina Vieira | TEDxSaoPaulo. Youtube, 28 de out. de 2020. 6'22''. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=ryUuVrCOeWs&feature=youtu.be>. Acesso em: 22 mar. 2023.

TEDxTalks. Um novo olhar sobre a pessoa negra; novas narrativas importam | Gabi Oliveira | TEDxUNIRIO. Youtube, 13 de set. de 2018. 10'29''. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=FYg-vQwm3Lo&t=25s>. Acesso em: 17 jan. 2023.

TIGRE, Rodrigo. **Podcast S/A**: uma revolução em alto e bom som. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2021.

TREVISAN, Diego Kosbiau. Estética como “ciência do sensível” em Baumgarten e Kant. **ArteFilosofia**, Ouro Preto, n. 17, dez. 2014. p. 170-181.

VIANA, Luana. Estudos sobre podcast: um panorama do estado da arte em pesquisas brasileiras de rádio e mídia sonora. **Contracampo**, Niterói, v. 39, n. 3, dez./mar. 2020. <http://doi.org/10.22409/contracampo.v39i3.43248>

VIANA, Luana; CHAGAS, Luã José Vaz. Categorização de podcasts no Brasil: uma proposta baseada em eixos estruturais a partir de um panorama histórico. In: Encontro Nacional de História da Mídia, 13 ago. 2021. On-line.

VIEIRA, Karina. Trilha de Cuidado: Como transformar uma relação de admiração em amizade e parceria profissional? Karina e Gabi conseguiram seguindo juntas os caminhos do autoamor. Depoimento dado a Sarah Catherine Seles. **Claudia**, 11 nov. 2022. Disponível em: <https://claudia.abril.com.br/amor-e-sexo/trilha-de-cuidado/>. Acesso em: 07 mar. 2023.

VIEIRA, Karina; OLIVEIRA, Gabi. **Cartografia dos afetos**: Uma conversa sobre vivências, descobertas e os caminhos do autoamor. São Paulo: Fontanar, 2022.

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, 2019. p. 273-287. DOI: 10.1080/15405702.2019.1622116

WALSH, Catherine. Pedagogías decoloniales: Prácticas insurgentes de resistir, (re)existir y (re)vivir. TOMO I y TOMO II. Serie Pensamiento Decolonial. Quito: Ediciones Abya-Yala, 2017.

WINTER, Yasmin Lisboa; VIANA, Luana. A podosfera é delas? Um panorama brasileiro sobre podcasts apresentados apenas por mulheres. **Razón y palabra**, v. 24, n. 111, p. 47-61, maio/ago. 2021. DOI: <https://doi.org/10.26807/rp.v25i111.1796>

ZIMMER, Michael; KINDER-KURLANDA, Katharina. (ed.). **Internet Research Ethics for the Social Age**: New Challenges, Cases and Contexts. Nova Iorque: Peter Lang, 2017. DOI 10.3726/b11077.

APÊNDICE A – Teses e Dissertações sobre *podcast* de 2012 a 2021

A pesquisa se deu pela busca nos repositórios de teses e dissertações de cada PPG de Comunicação elencado na Plataforma Sucupira, por meio da pesquisa pelo termo “podcast” nas ferramentas de busca oferecidas. Alguns repositórios não estavam disponíveis durante a busca – como é o caso dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT) e da Universidade Federal de Juiz de Fora. Devido à grande quantidade de textos que citam “podcast”, mas não dão centralidade ao estudo do fenômeno, a seleção dos trabalhos se deu pelo critério de conter o termo “podcast” no título e resumo ou palavras-chave. Com este primeiro filtro, chegamos a um total de 27 trabalhos. Excluindo aqueles trabalhos em que o *podcast* aparece como recurso complementar para o *corpus* das pesquisas, mas não se trata da temática central da investigação, temos 18 trabalhos, mais especificamente dissertações.

Tabela: Pesquisas sobre *podcast* na Pós-Graduação em Comunicação (2012-2021)

Título	Ano	Autor(a)	Orientador(a)	Instituição
O Imaginário do Áudio e o Podcast: re-imaginando o potencial da produção e distribuição de áudio na internet	2012	Pablo de Assis	Álvaro Nunes Lorangeira	Universidade Tuiuti do Paraná – UTP
Procedimentos de construção de podcasts: o caso Nerdcast	2013	Paula Marques de Carvalho	Cecília Almeida Salles	Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUC-SP
Um estudo sobre Podcasteros de Game of Thrones	2016	Cintia Maria Gomes Murta	João Carlos Massarolo	Universidade Federal de São Carlos - UFSCar
Podcasts e construção de sentido: acontecimento, narrativa e reverberações na série jornalística Serial	2017	Clara Isabel de Andrade Costa	Mozahir Salomão Bruck	Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais - PUC Minas
Para além de uma dúvida razoável: Serial e a busca da verdade	2018	Diogo Tognolo Rocha	Bruno Souza Leal e Sônia Caldas Pessoa	Universidade Federal de Minas Gerais - UFMG
Tretas e textões em áudio: Historicidades, tecnicidades e sensibilidades de podcasts brasileiros	2018	Paula Cristina Janay Alves de Oliveira	Itania Maria Mota Gomes	Universidade Federal da Bahia – UFBA
Os vínculos sonoros no ambiente comunicacional do podcast Mamilos	2019	Leonardo Costa Souza	José Eugenio de O. Menezes.	Faculdade Cásper Líbero – FCL
Jornalismo, podcast e música: Alternativas para a construção de discursos musicais via podcasts em empresas de mídia	2019	Luiz Gusthavo Nunes Silva Rocha	Renato Essensfelder Abraão Filho	Escola Superior de Propaganda e Marketing – ESPM
Mídia-educação e os desafios na prática	2019	Thaiane Firmino da Silva	Maria Érica de Oliveira Lima	Universidade Federal do Ceará – UFC
Representações acerca de jovens nerds nos discursos do programa Nerdcast	2019	Rute Damaris da Silva Freitas	Lívia Fernanda Nery da Silva.	Universidade Federal do Piauí – UFPI

"E aí, pesquisador, comunicar pra quê?": o podcast como estratégia e mídia pra a divulgação da ciência	2020	Diogo Oliveira Borges	Vinicius Durval Dorne	Universidade Federal de Uberlândia – UFU
#Mulherespodcasters: uma análise da resistência feminista na podosfera brasileira	2021	Alice dos Santos Silva	Renata Barreto Malta	Universidade Federal de Sergipe - UFS
O podcast como elemento de plataformização no jornalismo: uma análise sobre a produção dos podcasts “Café da manhã”, “Durma com essa” e “O assunto”	2021	Michelle Raphaelli Camargo Duarte	Maria Clara Aquino Bittencourt	Universidade do Vale do Rio dos Sinos - Unisinos
Podcast Durma com essa um estudo da produção jornalística do jornal Nexo	2021	Naiara Albuquerque Melo de Faria	Mara Rovida Martini	Universidade de Sorocaba – UNISO
Rádio e Podcast na Educomunicação	2021	Andrea Pereira	Antonio Adami	Universidade Paulista - UNIP
Memória Sindical e Comunicação de Interesse Público: Podcast Memória Sindsep	2021	Pedro de Moraes Fernandez Canfora	Priscila F. Perazzo	Universidade Municipal de São Caetano do Sul – USCS
Análise estrutural da narrativa sonora aplicada ao podcasting: Um estudo de “Caso Evandro”	2021	João Vitor de Almeida Brito Alves	Debora Cristina Lopez	Universidade Federal de Ouro Preto - UFOP
Podcasts de notícias diárias de análise aprofundada e cidadania no contexto do jornalismo pós-industrial	2021	Bárbara Mendes Falcão	Ana Carolina Rocha Pessôa Temer	Universidade Federal de Goiás – UFG

Durante o levantamento, também tivemos acesso à dissertação “Enegrecendo a pauta: mulheres negras, afeto e resistência na podosfera brasileira” (adicionada à lista posteriormente) de Aldenora Teófilo Vieira Santos Cavalcante, defendida em 2021 em Portugal no Mestrado em Ciências da Comunicação da Faculdade de Letras da Universidade do Porto (FLUP). Apesar de estar fora dos filtros definidos, a descoberta é relevante na medida em que aborda um dos objetos de estudo desta pesquisa.

APÊNDICE B – Artigos científicos sobre podcasts com angulação de raça e gênero

Para verificar abordagens recentes dos estudos sobre raça e gênero em *podcasts*, foram levantados (de forma não extensiva) artigos científicos nas 84 revistas científicas da área de Comunicação⁷⁰, com referência na lista de periódicos ativos no Brasil disponibilizada pela Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação – COMPÓS. A pesquisa partiu do uso das ferramentas de busca de cada revista para verificar trabalhos brasileiros com o termo “podcast”, publicados até 2022⁷¹. A partir dos resultados, foram observados resumos e palavras-chave para constatar se a discussão de gênero e raça aparece, em especial na procura por tratarem de mulheres negras. Foram encontrados mais de 60 artigos científicos sobre *podcast*, sendo que menos de 10 deles possuem ênfase em discussões de gênero, raça e/ou diversidade LGBTQIA+.

Tabela: Artigos que estudam *podcast* com viés de gênero e raça em periódicos de Comunicação

	Título	Periódico	Autor(as)/(es)	Ano
1.	Será que toda “mona” fala “bichês”? A questão da linguagem e identidade da comunidade LGBT	Revista Temática	Héilton Diego Lau	2017
2.	Um Milkshake Chamado Wanda: o podcast e a discussão de gênero no jornalismo de cultura pop	Revista Radiofonias	Christian Gonzatti Felipe V. K. M. Mendonça	2020
3.	Mulheres podcasters: atuações Feministas na podosfera brasileira	Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación	Alice dos Santos Silva Renata Barreto Malta	2022
4.	TICs, raça, mulheres e territórios: o podcast Ondas da Resistência como ocupação das plataformas digitais em uma perspectiva interseccional	Revista Fronteiras	Maryellen Crisóstomo Paulo Victor Melo Tâmara Terso	2022
5.	Mídia feminista negra: uma análise das narrativas interseccionais produzidas no <i>Kilombas Podcast</i>	Revista Temática	Suevellyn Cassimiro Sales Patrícia de Souza Nunes	2022

⁷⁰ Não foi possível acessar o site da *Brazilian Journal of Technology, Communication, and Cognitive Science*.

⁷¹ A restrição de um período de tempo mais específico para a seleção mostrou-se irrelevante devido à baixa quantidade de resultados.

6. Militância podcaster feminista: Um exercício etnográfico	Revista Eco-Pós	Aline Hack Angelita Pereira de Lima	2022
7. A influência do feminismo negro na podosfera brasileira	Revista Radiofonias	Aldenora Teófilo Vieira Santos Cavalcanti Ana Isabel Reis	2022
8. A pesquisa sobre podcasting na perspectiva de gênero: um olhar para os trabalhos apresentados na Compós (2015-2020)	Revista Radiofonias	Gessiela Nascimento da Silva Roseane Arcanjo Pinheiro	2022
9. Vozes femininas nas mídias sonoras: as intersecções entre trabalho e relações de gênero	Revista Radiofonias	Alice dos Santos Silva Renata Barreto Malta	2022

A maior parte das pesquisas encontradas terem sido publicadas em 2022 demonstra tanto a atualidade do tema como um recente olhar para tais questões. Isso pode estar relacionado a diversos fatores como, por exemplo, a recente inserção de mulheres produtoras na podosfera e o baixo número de docentes de pós-graduação que atuam no campo do rádio e mídia sonora, apesar do crescente interesse em se estudar o *podcasting* (KISCHINHEVSKY et al., 2021).

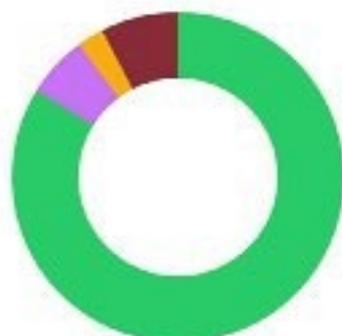
ANEXO 1 – Perfil de ouvintes do *AFETOS* pelo *Anchor*

Dados recolhidos em 1º de fevereiro de 2023.



VISÃO GERAL PÚBLICO

Plataformas



Os 10 episódios mais ouvidos

Por número de reproduções



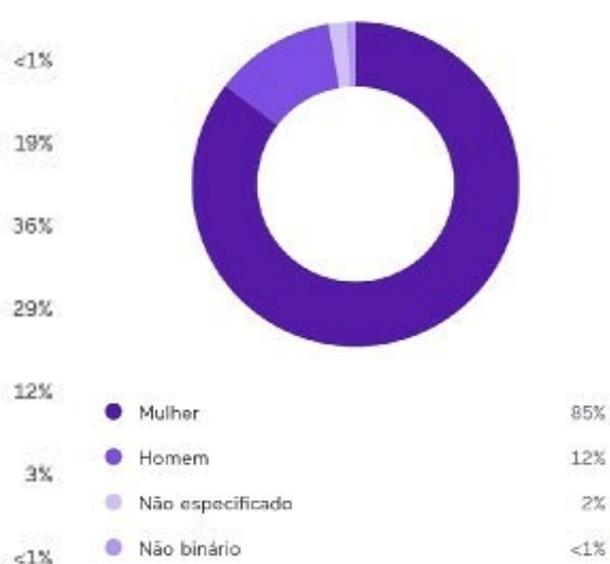
VISÃO GERAL PÚBLICO

Apenas no Spotify

Idade



Gênero



ANEXO 2 – Perfil de ouvintes do *Não Inviabilize* no Spotify

Dados recolhidos em 1º de fevereiro.



Artistas que eles estão ouvindo



Marília Mendonça



Anitta



Beyoncé



LUDMILLA



Miley Cyrus

País

#	PAÍS	STREAMINGS
1	Brazil	1.433.877
2	United States	18.952
3	Portugal	12.794
4	Ireland	6.260
5	Canada	5.527
6	Australia	5.362
7	United Kingdom	5.274
8	Germany	4.779
9	France	3.418
10	Japan	2.982

[Termos e Condições](#)

[Aviso legal](#)

[Privacidade](#)

[Cookies Settings](#)

© 2023 Spotify AB