

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

VALESCA SILVA DE DEUS

A PRESENÇA DE MULHERES NEGRAS EM *PODCASTS* BRASILEIROS

PORTO ALEGRE

2024

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

VALESCA SILVA DE DEUS

A PRESENÇA DE MULHERES NEGRAS EM *PODCASTS* BRASILEIROS

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial para obtenção do título de Mestra em Comunicação.

Orientadora: Profa. Dra. Elisa Reinhardt Piedras.

PORTO ALEGRE

2024

CIP - Catalogação na Publicação

Deus, Valesca Silva de
A presença de mulheres negras em podcasts
brasileiros / Valesca Silva de Deus. -- 2024.
222 f.
Orientadora: Elisa Reinhardt Piedras.

Dissertação (Mestrado) -- Universidade Federal do
Rio Grande do Sul, Faculdade de Biblioteconomia e
Comunicação, Programa de Pós-Graduação em Comunicação,
Porto Alegre, BR-RS, 2024.

1. Comunicação. 2. Podcasts. 3. Mulheres negras. 4.
Mídia sonora. 5. Streaming. I. Reinhardt Piedras,
Elisa, orient. II. Título.

VALESCA SILVA DE DEUS

A PRESENÇA DE MULHERES NEGRAS EM *PODCASTS* BRASILEIROS

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial para obtenção do título de Mestra em Comunicação.

Aprovada em Porto Alegre, 30 de janeiro de 2024.

BANCA EXAMINADORA

Profa. Dra. Elisa Reinhardt Piedras – UFRGS

Orientadora

Prof. Dr. Luiz Artur Ferraretto – UFRGS

Examinador

Profa. Dra. Sandra de Fátima Batista de Deus – UFRGS

Examinadora

Profa. Dra. Laura Guimarães Corrêa – UFMG

Examinadora

Profa. Dra. Laura Hastenpflug Wottrich Cougo – UFRGS

Suplente

“O mito de que as pessoas negras se vitimizam quando falam sobre as feridas causadas pelo racismo é uma estratégia muito eficaz para silenciar aquelas que estão prontas para falar. A questão “O que o racismo faz com você?” não tem nada a ver com vitimização; tem a ver com empoderamento, pois procede o momento no qual alguém se torna sujeito falante” (KILOMBA, 2019, p. 227).

AGRADECIMENTOS

A coleção de diplomas está aumentando. Muito obrigada, Governo Federal! Para uma mulher negra, sem heranças financeiras que pudessem dar-lhe suporte, uma vida acadêmica competitiva não seria possível sem políticas públicas de inclusão social de qualidade. No entanto, as barreiras do racismo científico insistem em atrapalhar esse processo. Mas, com o apoio de pessoas que acreditam que a educação pode ser um instrumento de transformação social, pesquisas, como esta, são concluídas com êxito em universidades de grande relevância, como a UFRGS.

Nesse sentido, agradeço à Fundação Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) pelo financiamento desta pesquisa durante os dois anos de curso. Além disso, para que este trabalho apresentasse a riqueza em detalhes e a reflexão científica necessárias, isso não seria possível sem a orientação, com profundidade, acolhimento e atenção, da professora doutora Elisa Piedras, que cooperou para tornar esse sonho possível. Agradeço ainda aos examinadores, professores (as) Sandra de Deus, Laura Guimarães e Luiz Artur Ferraretto, que contribuíram com sugestões benéficas na banca de qualificação.

Obrigada a minha professora negra de ensino médio, Roberta Flores Pedroso, pelo incansável apoio e incentivo para permanência na trajetória acadêmica. Agradeço também os conselhos preciosos das amigas que, juntas, passaram pelos momentos mais conflituosos nestes dois anos de mestrado, bem como aos familiares pelo apoio incondicional. Obrigada ainda às cinco mulheres negras que se disponibilizaram a contribuir com suas histórias pelos diferentes cantos brasileiros, nesta pesquisa. Gratidão!

RESUMO

O objetivo geral é identificar a presença de mulheres negras em *podcasts* produzidos no Brasil, analisar suas trajetórias e formas de atuação, explorando as diferenças das regiões brasileiras (Norte, Nordeste, Centro-Oeste, Sudeste e Sul) às quais elas pertencem. A discussão teórica contempla o papel do *streaming* no crescimento da produção de *podcasts*; as especificidades das mulheres negras no Brasil e as mulheres negras na mídia sonora e nos *podcasts*. A metodologia, de abordagem qualitativa, adota a técnica de análise documental para mapear a presença de mulheres negras na produção de *podcasts*; e a técnica de entrevista semiaberta para conhecer as trajetórias e formas de atuação em *podcasts* de cinco mulheres representando as regiões brasileiras. Os resultados apontam que, em 2022 no Brasil, há presença de mulheres negras em 37 *podcasts*. Identificamos cinco *podcasts* das diferentes regiões: *Na Beira do Rio* (Norte), *A Cor da Voz* (Nordeste), *Nossa Gente* (Centro-Oeste), *Boca de Siri* (Sudeste) e *Coletivo Siriricas* (Sul). A partir daí, realizamos a aproximação com as cinco mulheres negras que atuam na sua produção, sendo elas, respectivamente: Elloane Carinie, Tainã do Nascimento Rosa, Maria Lorena Alves Cruz Teixeira, Laura Resende e Kenya Odara. Ao analisar de forma transversal os dados sobre os *podcasts*, episódios e as formas de atuação das mulheres, observamos que: o *podcast* está em constante desenvolvimento e oportuniza a preservação da oralidade como resistência e sobrevivência de comunidades negras; as trajetórias das interlocutoras revelam desafios relacionados à ausência de representatividade da mulher negra na produção da comunicação; sua atuação acontece através de atividades independentes, sem remuneração e sem dedicação exclusiva; apesar disso, as mulheres reconhecem o potencial das suas atividades e conquistas, apresentando expectativas futuras de desenvolvimento dos projetos; para isso, sugerem iniciativas e políticas para fomentar a presença de mulheres negras nos *podcasts* brasileiros, como editais específicos, capacitação técnica e parcerias público-privadas visando ampliar a voz e a visibilidade desta maioria minorizada na comunicação do país.

Palavras-chave: comunicação; *podcasts*; mulheres negras; mídia sonora; *streaming*.

ABSTRACT

The general objective is to identify the presence of black women in *podcasts* produced in Brazil, analyze their trajectories and forms of action, exploring the differences between the Brazilian regions (North, Northeast, Midwest, Southeast and South) to which they belong. The theoretical discussion includes the role of *streaming* in the growth of *podcast* production; the specificities of black women in Brazil and black women in the audio media and *podcasts*. The methodology, with a qualitative approach, adopts the technique of documentary analysis to map the presence of black women in *podcast* production; and the technique of semi-open interviews to learn about the trajectories and ways of working in *podcasts* of five women representing the Brazilian regions. The results show that, in 2022 in Brazil, black women were present in 37 *podcasts*. We identified five *podcasts* from different regions: Na Beira do Rio (North), A Cor da Voz (Northeast), Nossa Gente (Midwest), Boca de Siri (Southeast) and Coletivo Siriricas (South). From there, we approached the five black women who work in its production: Elloane Carinie, Tainã do Nascimento Rosa, Maria Lorena Alves Cruz Teixeira, Laura Resende and Kenya Odara, respectively. By analyzing the data on *podcasts*, episodes and the ways in which women act across the board, we observed that: the *podcast* is in constant development and provides opportunities for the preservation of orality as resistance and survival of black communities; the trajectories of the interlocutors reveal challenges related to the lack of representation of black women in the production of communication; their work takes place through independent activities, without remuneration and without exclusive dedication; despite this, the women recognize the potential of their activities and achievements, presenting future expectations for the development of the projects; to this end, they suggest initiatives and policies to encourage the presence of black women in Brazilian *podcasts*, such as specific public notices, technical training and public-private partnerships aimed at increasing the voice and visibility of this minority majority in the country's communication.

Keywords: communication; *podcasts*; black women; sound media; *streaming*.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – População residente por cor ou raça em 2022 no Brasil	71
Quadro 1 – Objetivos, técnicas e fontes metodológicas	20
Quadro 2 – Instrumento de coleta de dados do estado da arte	22
Quadro 3 – Instrumento de descrição de dados do estado da arte	23
Quadro 4 – Instrumento demonstrativo para mapeamento dos <i>podcasts</i> brasileiros	23
Quadro 5 – Instrumento de coleta dos <i>podcasts</i>	24
Quadro 6 – <i>Podcasts</i> selecionados	24
Quadro 7 – Instrumento de descrição dos <i>podcasts</i>	25
Quadro 8 – Episódios escolhidos	25
Quadro 9 – Instrumento de análise dos dados documentais dos <i>podcasts</i>	26
Quadro 10 – Instrumento para análise de dados dos episódios	26
Quadro 11 – Instrumento de coleta de dados das mulheres produtoras de <i>podcasts</i>	28
Quadro 12 – Fontes selecionadas	29
Quadro 13 – Instrumento de descrição dos dados da entrevista semiaberta	30
Quadro 14 – Descrição teórica de fragmentos da evolução dos <i>podcasts</i>	47
Quadro 15 – Síntese dos resultados dos <i>podcasts</i> dos estados brasileiros	84
Quadro 16 – <i>Podcasts</i> brasileiros e <i>podcasters</i> pesquisadas	88
Quadro 17 – Síntese da análise de dados documentais dos cinco <i>podcasts</i>	90
Quadro 18 – Síntese dos resultados da análise de dados documentais dos episódios	93
Quadro 19 – Conteúdo dos episódios dos cinco <i>podcasts</i>	98
Quadro 20 – Locutoras, fonte de dados observacionais	103

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABPOD	Associação Brasileira de <i>Podcasters</i>
ABRAJI	Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo
ALAIC	Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación
CAPES	Fundação Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior
CBN	Central Brasileira de Notícia
CEP/UFRGS	Comitê de Ética da Universidade Federal do Rio Grande do Sul
COMPÓS	Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação
FOPIR	Fórum Permanente pela Igualdade Racial
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
INTERCOM	Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
IPEA	Instituto de Pesquisa Economia Aplicada
LGBTQIA+	Lésbicas, Gays, Bissexuais, Transgêneros e Queer e +
NASA	Administração Nacional da Aeronáutica e Espaço
PNAD	Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios
PPGCOM	Programa de Pós-Graduação em Comunicação
TCLE	Termo de Consentimento Livre e Esclarecido
UFRGS	Universidade Federal do Rio Grande do Sul

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	12
2 METODOLOGIA	17
2.1 Perspectiva Adotada	17
2.2 Etapa Teórica	21
2.3 Etapa Empírica	23
3 DISCUSSÃO TEÓRICA	31
3.1 O papel do <i>streaming</i> no crescimento da produção de <i>podcasts</i>	31
3.2 As mulheres negras brasileiras na mídia sonora e nos <i>podcasts</i>	51
4 ESTUDO EMPÍRICO	82
4.1 Contexto social e midiático dos <i>podcasts</i> nas diferentes regiões brasileiras	82
4.2 <i>Podcasts</i> apresentados por mulheres negras nas cinco regiões brasileiras	88
4.3 Narrativas de mulheres negras apresentadoras de <i>podcasts</i> brasileiros	103
4.4 Resultados e interpretação	134
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	149
REFERÊNCIAS	156
APÊNDICE 1 - Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE)	175

1 INTRODUÇÃO

O tema desta pesquisa é a presença de mulheres negras na comunicação brasileira de mídia sonora via *streaming*, especificamente *podcasts*, e seu desenvolvimento se justifica no ambiente acadêmico devido ao fato de que o tema é pouco tratado no campo da Comunicação, como foi diagnosticado no estado da arte. Por meio deste levantamento, identificamos que há estudos que contemplam a evolução da mídia sonora e o desenvolvimento das plataformas de *streaming* e *podcasts* no Brasil, no entanto há poucas investigações na perspectiva da produção, e especificamente das mulheres negras.

No estado da arte (cuja metodologia está descrita no capítulo dois), identificamos um total de 115 pesquisas, divididas entre 96 artigos, 13 dissertações e seis teses sobre o tema produzidos no Brasil recentemente (2017 – 2022). Essa produção acadêmica revela que mulheres centralizam o maior número de autorias de trabalhos científicos. Os objetivos dos estudos contemplam a constituição do rádio e a presença do *podcast* no mercado (Chagas; Viana, 2019), bem como com a evolução no mercado (Salemme, 2019), as estratégias de mídia (Lolli; Prata, 2022), a trajetória da pesquisa científica (Viana, 2020), classificações de produção (Ferraz, 2018), os conteúdos (Oliveira, Nickel e Kalsing 2020) e o comportamento (Terso, 2022) na mídia sonora. Há pesquisas que centram a atenção na compreensão de processos de identidade da mulher negra (Ribeiro, 2020), no discurso contra-hegemônico (Fonseca, Esteve e Serejo, 2022), na participação de gênero na comunicação (Ceíça, 2018), no combate ao racismo nas mídias (Santos; Barbosa e Silva, 2017) e na interseccionalidade (Corrêa *et al.*, 2018) de mulheres negras na comunicação. Há análises de fenômenos sociais através de ferramentas de *streaming* (Ladeira, 2022), análise de consumo em plataformas digitais (Kischinhevsky, 2021), empoderamento nesses produtos (Fernandes; Belmiro, 2021), evolução da mídia sonora (Oliveira, Nickel e Kalsing, 2020) e discurso radiofônico (Rellstab, 2022). Pesquisadores observam a necessidade de discutir o racismo na Comunicação (Souza e Rabay, 2022), a decolonialidade (Dias, 2022) e o antirracismo (Guena; Santos, 2022), reunindo dados que consolidam a imprensa negra no Brasil (Araújo; Peruzzo, 2021).

No cenário da pesquisa sobre mídia sonora, são referências autores como Ferraretto (2021), Herschmann e Kischinhevsky (2008), bem como Berry (2013) e Vicente (2018a, 2018b). Os estudos buscam complexificar os significados não só dos termos comunicacionais (Silverstone, 2002), mas também do produto no percurso brasileiro de quem produz (Lima, 2014), desenvolve e consome conteúdo independente em formato de áudio no Brasil (Vicente, 2018a, 2018b). Além da classificação técnica (Trinca, 2022), autores discutiram as relações sociais (Gambaro, 2022), culturais (Ferreira, 2017) e os processos comunicacionais (Almeida;

Musskopf, 2017). Nesse contexto teórico, os trabalhos que se referem às problemáticas de mulheres negras utilizam teorias decoloniais que são abordadas por Barros e Sousa (2022), Winter e Viana (2021), Freitas (2020), Corrêa (2019), Borges (2019), Fernandes e Belmiro (2021), Crisóstomo, Melo e Terso (2022) e Sales (2022).

As escolhas metodológicas mais frequentes (em 39 estudos) são pesquisas bibliográficas (Ferreira, 2017); em geral há estudos empíricos qualitativos (14), que adotam 16 procedimentos diversos como análise fílmica (Barbosa; Sousa, 2018), observação participante (Figueiredo; Leite, 2021), semiótica peirceana (Fernandes; Belmiro, 2021) e outros. Salientamos que 11 pesquisas utilizaram técnica de entrevista (Duarte *et al.*, 2005), nove análises descritivas (Triviños, 2008), cinco com levantamentos exploratórios (Kischinhevsky, 2021), cinco análises críticas do discurso (Maingueneau, 2013), cinco análises de conteúdo (Bardin, 1977), quatro estudos de caso (Yin, 2001), três interseccional (Crenshaw, 1989), uma etnografia (Kozinets, 2014), uma netnografia (Kozinets, 2014), uma psicanálise (Oliveira, 2012) e uma cartografia (Rosário, 2016) como metodologias. As pesquisas também abordam especificamente o contexto social brasileiro, econômico e cultural da oralidade de mulheres negras que resultam na importância de visibilidade de grupos majoritariamente excluídos e que, neste século, são percebidas nas redes sociais através da *internet* (Almeida; Musskopf, 2017). Além disso, ressaltamos o papel da imprensa comunitária para dar voz a comunidade que não se vê e não se ouve nas mídias de massa (Waltz, 2017).

Entre as 115 pesquisas antecedentes identificadas, apenas cinco abordam a inclusão de mulheres, pessoas negras e ou mulheres negras na comunicação sonora. São elas: “*A podosfera é delas? Um panorama brasileiro sobre podcasts apresentados apenas por mulheres*”, faz um balanço da participação de mulheres no rádio e nos *podcasts* (Winter; Viana, 2021); “*QuilomboCast: de resposta emergencial a um processo de pesquisa em comunicação*” (Barros; Sousa, 2022); “*Mídia feminista negra: uma análise das narrativas interseccionais produzidas no Kilombas Podcast*” (Sales, 2022); e “*TICs, raça, mulheres e territórios: o podcast Ondas da Resistência como ocupação das plataformas digitais em uma perspectiva interseccional*” (Crisóstomo; Melo; Terso, 2022) tratam exclusivamente de mulheres negras inseridas na *podosfera* brasileira de suas respectivas regiões (Duarte *et al.*, 2022). Tais estudos são referências cruciais, e seu reduzido número explicita que há uma lacuna no campo da pesquisa em Comunicação sobre o tema, especialmente desde a perspectiva da produção, o que reitera a relevância de desenvolver essa pesquisa.

Nas esferas econômica e sociocultural, entendemos que este estudo se justifica no contexto brasileiro, marcado pela desigualdade, visível em problemas estruturais de acesso à higiene, ao saneamento básico, à saúde, à alimentação de qualidade, à educação e à moradia digna, principalmente para a população negra brasileira. Tais inequidades repercutem fortemente na detenção dos meios de produção e circulação em geral, e inclusive da comunicação, afetando também a mídia sonora, onde emergem os *podcasts* de Norte a Sul do país, atuando como espaços de hegemonia e também de resistência. A mídia sonora via *streaming* que é o *podcast*, se popularizou pelo fácil acesso à informação entre a população brasileira. Desse modo, também é importante compreender os fenômenos que configuram o cenário dos *podcasts*, cuja diversidade do conteúdo oferecido permite ampliar a oferta de materiais e as produções de sentido. Essas condições possibilitaram que, além das comunidades amplificadas, maiorias minoritárias pudessem se apropriar dessa forma de comunicação no Brasil. Ainda assim, a população negra é maioria no país, mas pouco se vê, se ouve ou se sabe sobre as mulheres negras no mercado de trabalho da Comunicação, ou seja, mapear essas mulheres na produção de podcasts pode ajudar a minimizar o apagamento histórico destas informações.

Por fim, no âmbito pessoal, a motivação principal é ouvir mulheres negras brasileiras, para que a pesquisa dê evidência às vozes que já existem, que anseiam pela necessidade de expressão e partir disso, refletir que as mulheres negras na Comunicação são pouco conhecidas, silenciadas e invisibilizadas. A minha observação nasceu durante os quatro anos em que fui a única mulher negra atuando na produção jornalística de uma rádio comercial no interior do estado, sem conhecer referências de outras mulheres negras que estivessem nesse espaço de locução na rádio da Costa Doce. As poucas mulheres, brancas, que ouvia, tratavam exclusivamente de moda e de beleza, sem inspiração de narrativas ou poder de outras mulheres como eu. Portanto, no âmbito pessoal, reitero a relevância desta pesquisa no sentido de analisar as trajetórias das personagens que, a partir de ferramentas da mídia sonora, promovem condições de reflexões e mudanças utilizando do poder dessas vozes.

Entre a prevalência das pesquisas que norteiam e definem a evolução da comunicação, talvez, o século XXI seja o período que provoque um instigante desafio de investigação pelas diversas possibilidades de entrelaçar a complexidade de mediações e mediadores. Observamos que, entre as adaptações da mídia sonora, como o rádio expandido, outros produtos como *podcasts* e *streaming* que consolidam crescimento no mercado, desenham uma extensão entre teoria e prática na produção e oferta de informação. Nesse sentido, poderíamos pensar que essas ramificações de meios de comunicação possibilitam que grupos

majoritariamente e historicamente segregados tenham pertencimento e eco de suas vozes, para que consigam pertencer em determinados espaços. Isto é: pesquisas do estado da arte mostram que grupos minoritários se apropriam de ferramentas tecnológicas de distribuição de conteúdo, bem como da atuação na mídia sonora, como acontece em *podcasts* e *streaming* no Brasil e também ampliam o alcance de suas narrativas.

Sendo assim, um legado deixado por diversas vozes da negritude fortalece o movimento de representação de mulheres negras em múltiplos campos, na contramão do silêncio imposto pela branquitude da sociedade. A problematização da ausência de mulheres negras ocupando os espaços sociais, culturais, econômicos, entre outros, não pode ser resolvida apenas pela simples inclusão em um “[...] modelo sistemático já cristalizado [...]” (Carrera *et al.*, 2022, p. 15). Diante disso, questionamos: Como as mulheres negras se apropriam da mídia sonora *podcast*? Existe espaço para o protagonismo da mulher negra nos *podcasts* brasileiros? Quem são essas mulheres, quais são as suas trajetórias e como essas mulheres negras atuam nesses *podcasts* brasileiros? Logo, definimos que o **problema de pesquisa** é este: como as questões de mulheres negras atravessam a produção de *podcasts* no Brasil?

O **objetivo geral** da pesquisa é identificar a presença de mulheres negras em *podcasts* produzidos no Brasil, analisar suas trajetórias e formas de atuação, explorando as diferenças das regiões brasileiras (Norte, Nordeste, Centro-Oeste, Sudeste e Sul) às quais elas pertencem.

Os **objetivos específicos** são os seguintes:

- a) mapear a presença de mulheres negras no contexto dos *podcasts* brasileiros de 2022, divulgados no *Spotify*, nas cinco regiões do país;
- b) identificar cinco *podcasts* (um de cada uma das cinco regiões do Brasil) nos quais atuam mulheres negras, analisar suas propostas (dos cinco *podcasts*) como produto midiático e suas repercussões;
- c) analisar as trajetórias e as formas de atuação de cinco mulheres negras que atuam em *podcasts* (das cinco regiões do Brasil), a partir das suas narrativas sobre as práticas de produção, contemplando os desafios, as conquistas e as expectativas futuras, apresentando para a sociedade sugestões de iniciativas e de políticas para fomentar a presença de mulheres negras nos *podcasts* brasileiros.

Visando alcançar tais objetivos, a dissertação está estruturada em cinco capítulos. Após a introdução, o segundo capítulo apresenta os procedimentos metodológicos que

mostram a pesquisa qualitativa com dados documentais e observacionais utilizando das técnicas de análise documental e entrevista semiaberta, tendo como fontes os cinco *podcasts* brasileiros de cinco regiões e as narrativas de cinco mulheres negras que atuam nesse contexto. O terceiro capítulo aponta a discussão teórica contemplando o papel do *streaming* no crescimento da produção de *podcasts*, reunindo as ideias de Bonini (2020), Kischinhevsky *et al.* (2017), Ladeira (2022), Berry (2013) e Vicente (2018a, 2018b); e as mulheres negras brasileiras na mídia sonora e nos *podcasts* com perspectivas de González (2020), Evaristo (2016), Piedade (2017), hooks (2022), Corrêa (2019); Carneiro (2011); Winter (2021), Freitas (2020), Corrêa (2019), Borges (2019) e Fernandes e Belmiro (2021). No quarto capítulo desenvolvemos um estudo empírico que retrata o contexto social e midiático dos *podcasts* nas regiões brasileiras, os produtos midiáticos apresentados por essas mulheres nas cinco regiões, as narrativas das mulheres negras apresentadoras de *podcasts* brasileiros, resultados e interpretação. No quinto capítulo cinco, apresentamos as considerações finais, incluindo os principais resultados, a experiência no desenvolvimento da pesquisa, os obstáculos no percurso e as sugestões de novas investigações sobre o tema.

2 METODOLOGIA

Neste capítulo, abordamos a perspectiva adotada na pesquisa desenvolvida a partir da relação entre objetivos e procedimentos, divididos nas etapas teórica e empírica.

2.1 Perspectiva Adotada

Nesta pesquisa, utilizamos a perspectiva dos estudos culturais dialogando com esferas dos estudos de mídia sonora no campo da Comunicação no Brasil. No PPGCOM/UFRGS, a investigação se desenvolve na Linha de Pesquisa de Culturas, Política e Significação. Além disso, o estudo está alinhado aos propósitos do Grupo de Pesquisa Comunicação e Práticas Culturais/ CNPq, privilegiando os processos de comunicação e as práticas dos sujeitos.

Nesse cenário, entre os autores que refletem práticas, consideramos importante relacionar a pesquisa com o ponto de vista de Certeau (1998, p. 109), segundo o qual as práticas cotidianas “[...] estão nas dependências de um grande conjunto, que pode ser designado como o dos procedimentos [...]”. Abordamos as práticas de produção dos sujeitos (as mulheres negras), na mídia sonora, através do *podcasting*, segundo Martín-Barbero (1990),

Depois de longos anos em que o pensamento crítico se apegou a colocar a inteligibilidade do social apenas do lado das determinações e das estruturas, a relevância que a sociabilidade adquire hoje quando se trata de pensar as práticas não significa desconhecimento da razão, codificação ou duração do habitus mas a abertura a outros meios de inteligibilidade "contidos" na apropriação cotidiana da existência e sua capacidade de explodir a unificação hegemônica do sentido (Martín-Barbero, 1990, p. 12, tradução nossa).

As ideias do pesquisador latino-americano contribuem para abordar o modo como as pessoas produzem o sentido de sua vida, como se comunicam e usam os meios (Martín-Barbero, 1997). Processos políticos e sociais provocam mudanças significativas no entendimento da “verdade cultural” quando os processos culturais se misturam. Sendo assim, na compreensão sob a óptica da comunicação, se trata de uma mediação e não apenas de um simples meio, já que determina uma ação cultural. Nesse sentido, pode consideramos que as mulheres negras se apropriam de usos e práticas culturais e sociais na atualidade a partir da tecnicidade:

A razão mítica de uma cultura universal faz parte do imaginário produzido pela burguesia e a partir do qual ela se vê e se compreende a si mesma”. Muito antes de que a antropologia se fizesse disciplina científica, a burguesia pôs em marcha a

“operação antropológica” mediante a qual seu mundo se converteu no mundo e sua cultura, na cultura (Martín-Barbero, 1997, p. 134).

Bonini (2015) afirma que o *podcasting* é uma prática cultural de produção e de consumo. Nesse sentido, conforme Martín-Barbero (1990, p. 277-278), pensar a comunicação a partir da cultura, nos países latino-americanos, é perceber que ela deixa de ser objeto e passa a ser um processo. Segundo Brittos (2002), desde a virada do milênio, o capitalismo já organizava mudanças e/ou adaptações para converter as formas de produção de sentido da mídia sonora por meio das novas tecnologias. No artigo “O rádio brasileiro na fase da multiplicidade da oferta”, o autor explica o papel da tecnologia como influência na mudança cultural e econômica estrutural das estatais. Ele aborda as inovações tecnológicas contemporâneas ao modelo neoliberal.

É nessa realidade que se enquadram as indústrias culturais e se sobrepõem os elementos segmentação, pagamento pelos serviços, amplitude de bens simbólicos ofertados e digitalização. sendo assim, pode-se adaptar ao sistema radiofônico o quadro de dificuldade apresentado por Giuseppe Richeri com relação ao setor televisivo, destacando-se o contínuo incremento dos custos de produção (também porque os produtos devem ter cada vez mais atrativos técnicos e expressivos para conquistar a audiência, em uma situação de crescente concorrência) (Brittos, 2002, p. 35).

Entre as instâncias do processo de Comunicação, privilegiamos a produção porque percebemos que mulheres negras se apropriam de plataformas midiáticas como os produtos encontrados em plataformas de *streaming*, ressignificam esses espaços e conversam com a sua própria comunidade. Apesar da massificação, a imprensa, inúmeras vezes, refletiu diferenças culturais e políticas, que respondem ao “[...] modelo liberal em sua busca de expressão para a pluralidade que compõe a sociedade civil [...]” (Martín-Barbero, 1997, p. 250). As mediações desenvolvidas por Martín-Barbero (1997) deixam pistas para interpretar a relação com os meios, sem desconsiderar as influências sociais, políticas e, principalmente, culturais. Na reflexão do artigo “Os meios em Martín-Barbero: antes e depois das mediações”, de Nilda Jacks e Daniela Schmitz (2018), as autoras detalham as possíveis formas de sentido dessas práticas, aproximadas com o conceito de tecnicidade. Elas não definem a comunicação como processo tecnológico, mas consideram o contexto:

Assim, a tecnologia, nesta vinculação específica, diz respeito à competitividade tecnológica que opera nas lógicas produtivas e às possibilidades de inovação dentro dos Formatos Industriais, ou seja, a produção opera com novas práticas, linguagens e experimentações, assim como promove a transformação da técnica em “conector universal” nos processos de globalização (Jacks; Schmitz, 2018, p. 123).

Dessa forma, observando a resistência das mulheres negras na sociedade, inseridas em diversas regiões brasileiras, a busca de pertencimento em espaços midiáticos, por meio do movimento antirracista, tomamos como perspectiva a instância da produção no processo comunicativo. Segundo Martín-Barbero (1997, p. 300), a lógica da produção consiste em uma estrutura produtiva composta por estratégias de interação, considerando a demanda de público desses produtos.

Para que a entrada na lógica, isto é, na estrutura e na dinâmica da produção televisiva, de onde viemos, não signifique a recaída numa generalidade vazia, devemos nos ater a um critério: o que importa é o que configura as condições específicas de produção, o que dá estrutura produtiva deixa vestígios no formato, e os modos com que o sistema produtivo – a indústria televisiva – semântica e recicla as demandas oriundas dos "públicos" e seus diferentes usos (Martín-Barbero, 1997, p. 299).

Além disso, Martín-Barbero (1997) aponta os dispositivos para a compreensão da produção que dialogam diretamente com o objeto apontado. Tais dispositivos são os seguintes: competitividade industrial “[...] como capacidade de produção manifestada no grau de desenvolvimento tecnológico, capacidade de risco financeiro para a inovação e grau de diversificação-especialização profissional de uma empresa” (Martín-Barbero, 1997, p. 29); competência comunicativa “[...] alcançada em termos de reconhecimento pelos públicos aos quais se dirige – ela não está baseada nem apenas na competitividade industrial, nem é inteiramente mensurável pelos índices de audiência [...]” (Martín-Barbero, 1997, p. 299). Além desses dispositivos, também aponta os níveis e fases de decisão na produção “[...] de cada gênero: quem, em que momentos, e com que critérios decide o que é produzível” (Martín-Barbero, 1997, p. 299); as ideologias profissionais “[...] como componentes e campo de tensão entre as exigências do sistema produtivo, as regras do gênero, as demandas sociais, e a iniciativa e criatividade – as formas de resistência – dos produtores, diretores, atores, cenógrafos, operadores etc. [...]” (Martín-Barbero, 1997, p. 299). O autor acrescenta ainda as rotinas de produção “[...] ou a seriedade vista a partir dos hábitos de trabalho que ela requer, tanto nas exigências de rentabilidade sobre o tempo da produção e das formas de atuação, quanto nas distorções por meio das quais o ‘estilo’ se incorpora às práticas de trabalho [...]” (Martín-Barbero, 1997, p. 299). Por fim, cita as estratégias de comercialização,

[...] que não são algo que se acrescenta "depois", para vender o produto, mas algo que deixou suas marcas na estrutura do formato, seja na forma tomada pelo corte narrativo para a publicidade, a qual dita seu lugar no palimpsesto, seja nos

ingredientes diferenciais introduzidos pela diversificação daquilo que só será visto "dentro" de um país ou também fora dele (Martín-Barbero, 1997, p. 300).

A abordagem da pesquisa é qualitativa, pois, diferente da pesquisa quantitativa que está focada em “[...] modelos estatísticos para explicar dados [...]”, esse estudo está voltado para as interpretações das realidades sociais [...]” (Bauer; Gaskell, 2008, p. 23), no processo de investigação das observações subjetivas de práticas culturais de mulheres negras em *podcasts* brasileiros. Essa abordagem é composta por textos, interpretação, entrevista em profundidade e de qualidade soft (Bauer; Gaskell, 2008).

A mensuração dos fatos sociais depende da categorização do mundo social. As atividades sociais devem ser distinguidas antes que qualquer frequência ou percentual possa ser atribuído a qualquer distinção. É necessário ter uma noção das distinções qualitativas entre categorias sociais, antes que se possa medir quantas pessoas pertencem a uma ou outra categoria (Bauer; Gaskell, 2008, p. 24).

Nessa perspectiva, desenvolvemos a pesquisa a partir da relação entre os objetivos e procedimentos adotados, sintetizados a seguir.

Quadro 1 – Objetivos, técnicas e fontes metodológicas

Objetivos específicos:	Técnicas:	Fontes:
1- Mapear a presença de mulheres negras no contexto dos <i>podcasts</i> brasileiros de 2022, nas cinco regiões dos país, divulgados no <i>Spotify</i> .	Análise documental (Moreira, 2005).	Sites, portais, órgãos, associações, como meio principal <i>Spotify</i> , site Negrê - Por uma mídia negra nordestina; Alma Preta Jornalismo; O'Podcast É Delas®; Blogueiras Negras; Rádio Novelo e Altia Podcasts Criativos.
2- Identificar cinco <i>podcasts</i> (um de cada uma das cinco regiões do Brasil) nos quais atuam mulheres negras; analisar suas propostas (dos cinco <i>podcasts</i> e episódios) como produto midiático e repercussões.	Análise documental (Moreira, 2005) Variáveis de análise (Bufarah Junior, 2021). Análise audioestrutural (Pinheiro; Mustafá, 2021) Análises de variáveis (Bufarah Junior, 2021) Análise documental (Moreira, 2005)	Associação Brasileira de <i>Podcasts</i> (Abpod) Plataforma de <i>streaming</i> de música (<i>Spotify</i>) <i>Podcast</i> Na Beira do Rio (Norte); <i>Podcast</i> Nossa Gente (Nordeste) <i>Podcast</i> Boca de Siri (Centro-Oeste) <i>Podcast</i> Coletivo Siriricas (Sudeste) <i>Podcast</i> A Cor da Voz (Sul) Sites oficiais dos governos dos estados do Pará, Bahia, Goiás, São Paulo, Paraná e as capitais Belém, Salvador, Goiânia, e Curitiba.
3- Analisar as trajetórias e formas de	Entrevista semiaberta	Elloane Carinie (Norte)

<p>atuação de cinco mulheres negras que atuam em <i>podcasts</i> (das cinco regiões do Brasil), a partir das suas narrativas sobre as práticas de produção, contemplando os desafios, conquistas, expectativas futuras e apresentar para a sociedade sugestões de iniciativas e políticas para fomentar a presença de mulheres negras nos <i>podcasts</i> brasileiros.</p>	<p>(Duarte, 2005).</p>	<p><i>Podcast</i> Na Beira do Rio Maria Alves (Nordeste) <i>Podcast</i> Nossa Gente Laura Resende (Centro-Oeste) <i>Podcast</i> Boca de Siri; Kenya Odara (Sudeste) <i>Podcast</i> Coletivo Siriricas Tainã do Nascimento Rosa (Sul) <i>Podcast</i> A Cor da Voz.</p>
--	------------------------	---

Fonte: Elaborado pela autora.

Após essa síntese, explicitamos o processo de pesquisa nas etapas teórica e empírica, detalhando técnicas, fontes e procedimentos de coleta, descrição e análise de dados.

2.2 Etapa teórica

Na etapa teórica da pesquisa desenvolvemos a leitura de fontes no campo da Comunicação e o registro de conhecimento bibliográfico. A técnica que empregamos é a pesquisa bibliográfica (Stumpf, 2005), que consiste no primeiro passo de qualquer pesquisa científica; é neste momento em que o aluno deve “[...] identificar, localizar e obter [...]” o repertório pertinente da investigação (Stumpf, 2005). Esse estágio será o momento de “[...] estabelecer as bases [...]” teóricas e conhecer as pesquisas anteriores para avançar na dissertação.

Depois de definido o problema, o pesquisador precisa aprofundar os conceito-chaves e suas relações. O material básico para isto já deve estar disponível, pois foi utilizado para elaborar o problema e justificar o tema proposto. Mas precisa ser ampliado através de uma boa estratégia de busca que recupere tanto textos de trabalhos teóricos quanto e outros estudos e pesquisas relacionados. O planejamento desta busca evitar a perda de tempo e dará direcionamento ao objetivo proposto (Stumpf, 2005, p. 54).

Ainda, conforme Stumpf (2005), após esse procedimento, acontece a leitura e a organização dos dados para chegar à revisão da literatura. A definição dos autores vai fundamentar todo o processo de pesquisa, dialogando com as teorias.

Sendo assim, a revisão da literatura acompanha o trabalho acadêmico desde a sua concepção até sua conclusão. Da identificação do problema e objetivos do estudo, passando por sua fundamentação teórica e conceitual, pela escolha da metodologia e da análise dos dados, a consulta à literatura pertinente se faz necessária (Stumpf, 2005, p. 54).

Por meio dessa técnica, desenvolvemos o estado da arte da pesquisa reunindo a produção científica brasileira, no período de 2017 a 2022, na área da Comunicação. Para a coleta de dados, buscamos pesquisas antecedentes com as palavras-chaves: Comunicação; Podcasts; Mulheres Negras; Mídia Sonora; *Streaming*. As fontes utilizadas são de 3 tipos: artigos de periódicos, artigos de anais de eventos e teses e dissertações.

Os artigos de periódicos baseadas nos Qualis Capes (A2 e B1) são: *Revista E-Compós* (A2), *Revista Famecos* (A2); *Revista Intercom* (A2); *Matrizes* (A2); *Revista Comunicação, Mídia e Consumo* (A2); *Revista Comunicação e Sociedade* (B1); *Revista Comunicação Midiática* (B1); *Revista Alceu* (B1); *Revista Animus* (B1); *Revista Ciberlegenda* (B1); *Revista Conexão* (B1) *Contracampo* (B1); *Revista Contemporânea* (B1); *Eco-Pós* (B1); *Fronteiras* (B1); *Intexto* (B1) e *Lumina* (B1).

Os artigos de anais de eventos contemplam os eventos: Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (COMPÓS), Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (INTERCOM) e Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIIC) por relevância no campo e aproximação com tema de interesse.

As dissertações e teses, envolvem os 43 Programas de pós-graduação em Comunicação no Brasil.

No processo de coleta de dados, utilizamos o instrumento a seguir.

Quadro 2 – Instrumento de coleta de dados do estado da arte

Fonte:	Título:	Autores:	Ano:	Universidade/ Sigla:

Fonte: Elaborado pela autora.

No processo de descrição de dados, registramos aspectos de pesquisas antecedentes em um arquivo digital, no instrumento abaixo.

Quadro 3 – Instrumento de descrição de dados do estado da arte

Tipo:	Autor:	Teoria:	Objetivo:	Resultado:	Metodologia:	Lacuna:	Contribuições:

Fonte: Elaborado pela autora.

Para a análise desses dados, realizamos a leitura transversal dos estudos e redigimos o capítulo três: discussão teórica e revisão bibliográfica.

2.3 Etapa Empírica

Após a etapa teórica, a etapa empírica da pesquisa tem duas fases, que consiste em mapear os podcasts e episódios, bem como analisar as narrativas das mulheres. Isso envolve, primeiramente, procedimentos de pesquisa com dados documentais, e depois com dados observacionais. As fontes são os *podcasts* brasileiros disponíveis de 2021 a 2023, de cinco regiões brasileiras, que tenham especificidades na produção e apresentação de mulheres negras, como critério para escolha das fontes. A escolha dos *podcasts*, após pesquisas realizadas nos sites citados, ocorreu com base no critério de identificação de um *podcast* de cada região onde houvesse a presença de vozes de mulheres negras. Em seguida, escolhemos um episódio que tratasse da mesma temática no título ou contexto para proceder à análise. Utilizamos a técnica de análise documental (Moreira, 2005), a partir da qual realizamos uma divisão e definição do material identificado para sequência do processo, conforme explica o autor:

A técnica da análise documental utiliza os sistemas informatizados de busca de documentos - recurso que facilita, mas também dificulta, a sua execução. A possibilidade de consulta a informações remotas em centros de pesquisas, bibliotecas ou banco de dados em países variados amplia o acesso a documentos (Moreira, 2005, p. 275).

Para coletar os dados sobre os *podcasts* brasileiros, nas cinco regiões que são apresentados por mulheres negras, os procedimentos ocorreram por meio de acesso às fontes listados abaixo:

Quadro 4 – Instrumento demonstrativo para mapeamento dos *podcasts* brasileiros

Fonte:	Site:
Associação Brasileira de <i>Podcasts</i>	https://abpod.org/
Site Negrê - Por uma mídia negra nordestina	https://negre.com.br/
Alma Preta Jornalismo	https://almapreta.com.br/
O'Podcast É Delas® veiculado entre 2017 e 2022	https://opodcastedelas.com.br/
Blogueiras Negras	https://blogueirasnegras.org/
Rádio Novelo	https://radionovelo.com.br/

Alti <i>a Podcasts</i> Criativos	https://altiapodcasts.com.br/
<i>Spotify</i>	https://open.spotify.com/
Redes de conversa usadas com #hashtag no twitter	#PapoDelasPodcast; #MulheresPodcasters; #podcastdemulheres; #podcastbrasil e #MulheresNegras.

Fonte: Elaborado pela autora.

Desse modo, na pesquisa qualitativa, essa técnica é importante para obtenção inicial dos elementos, pois, “[...] por meio desses dados, tais elementos são selecionados, expurgados e classificados com vista à descrição de tipos empíricos [...]” (Lopes, 1990, p. 129). A partir dessa busca - em sites de reprodução de *podcasts*, com o suporte de referências coletadas no *Spotify* entre 2020 e 2021 - utilizamos o instrumento de coleta de dados documentais.

Quadro 5 – Instrumento de coleta dos *podcasts*

<i>Podcast:</i>	Ano:	Site:

Fonte: Elaborado pela autora.

A partir daí, selecionamos os seguintes *podcasts*, das respectivas regiões.

Quadro 6 – *Podcasts* selecionados

Nome do <i>podcast:</i>	Região pertencente:
<i>Na Beira do Rio</i>	Norte
<i>Nossa Gente</i>	Nordeste
<i>Boca de Siri</i>	Centro-Oeste
<i>Coletivo Siriricas</i>	Sudeste
<i>A Cor da Voz</i>	Sul

Fonte: Elaborado pela autora.

Realizamos a descrição de dados sobre os *podcasts*, seguimos critérios de nome, ano, site e região.

Quadro 7 – Instrumento de descrição dos *podcasts*

<i>Podcast:</i>	Ano:	Site:	Região:

Fonte: Elaborado pela autora.

Depois, elegemos um episódio de cada *podcast*, adotando como critério a aproximação da temática relacionada com discussões sobre aspectos de mulheres negras do Brasil.

Quadro 8 – Episódios escolhidos

Título do episódio	<i>Podcast</i>	Região	Produtora
“NBDR 16_ de Luzia a Beyoncé - Forte como uma Mulher do Norte	<i>Na Beira do Rio</i>	Norte	Elloane Carinie
<i>Cynthia Martins</i>	<i>Nossa Gente</i>	Nordeste	Maria Alves
#31_ Essa é pras minas, pras cacheadas	<i>Boca de Siri</i>	Centro-Oeste	Laura Resende
<i>Falta de perspectiva da mulher negra Episódio #11</i>	<i>Coletivo Siriricas</i>	Sudeste	Kenya Odara
<i>Tp.2 Ep.#3 Mulheres negras na comunicação: ampliação do olhar</i>	<i>A Cor da Voz</i>	Sul	Tainã Rosa

Fonte: Elaborado pela autora.

A análise de dados de podcasts e episódios tem como base artigos de pesquisas contemporâneas que desenvolveram instrumentos de categorização de *podcasts* (Rellstab, 2021; Alpino *et al*, 2022; Viana, 2022; Lolli *et al.*, 2022; Oliveira, 2018; Trinca, 2022; Silva, 2020), a proposta de estrutura (Winter *et al.*, 2021) abrange especificidades na obtenção de dados dos *podcasts*. A categorização de *podcasts* realizada pelas pesquisadoras Yasmim Winter e Luana Viana, no artigo *A podosfera é delas? Um panorama brasileiro sobre podcasts apresentados apenas por mulheres* (Winter *et al.*, 2021), sugere analisar: a) principais temas; b) formato; c) número de apresentadoras; d) data de lançamento do primeiro episódio; e) número de episódios até setembro de 2023; f) relação mercadológica; g) periodicidade e h) autodefinição do *Spotify*.

Quadro 9 – Instrumento de análise dos dados documentais dos *podcasts*

Categorias (Winter <i>et al.</i> , 2021)	Podcast 1	Podcast 2	Podcast 3	Podcast 4	Podcast 5
A) Principais Temas					
B) Formato					
C) Nº de apresentadoras					
D) Data de lançamento do primeiro episódio					
E) Nº ep. até setembro de 2023.					
F) Relação mercadológica					
G) Periodicidade					
H) Autodefinição <i>Spotify</i> :					

Fonte: Elaborado pela autora.

Já a análise de dados dos episódios tem como base a pesquisa *Estudos de Casos sobre Classificação de Gêneros e Formatos de Podcasts Jornalísticos na Web Brasileira*, de Bufarah (2021) que sugere observar as seguintes categorias: a) dados gerais; b) veiculação; c) aspectos formais; d) recursos de produção; e) variáveis temáticas; f) recursos narrativos (gêneros: informativo, opinativo, interpretativo, utilitário e diversional); g) quanto ao formato (nota, boletim, reportagem, entrevista, externa, crônica, debate, radiojornal, documentário radiofônico, programas, esportivos); h) quanto ao tempo (duração/periodicidade); i) autoria do *podcast*; j) a finalidade e k) interatividade com outras redes digitais.

Quadro 10 – Instrumento para análise de dados dos episódios

Episódios:	Podcast 1	Podcast 2	Podcast 3	Podcast 4	Podcast 5
a) Dados gerais/nome:					
b) Veiculação:					

c) Aspectos formais:					
d) Recursos de produção:					
e) Variáveis temáticas:					
f) Recursos narrativos:					
g) Formatos:					
h) Tempo:					
i) Autoria:					
j) Finalidade:					
k) Interatividade:					

Fonte: Elaborado pela autora.

Para análise dos cinco *podcasts* e seus episódios, realizamos uma contextualização do material, por meio da análise audioestrutural (Mustafá e Pinheiro, 2021):

[...] refere-se da fase qualitativa e densa da metodologia pois o pesquisador fará uma contextualização do material, com escuta atenta e descritiva, a fim de identificar os pontos chaves do conteúdo. A Análise Audioestrutural do Podcast sugere uma categorização (totalmente mutável) dos aspectos quantitativos e qualitativos (Mustafá; Pinheiro, 2021, p.158-159).

Assim concluímos a primeira fase da etapa empírica, cujos resultados estão no capítulo quatro, especificamente 4.1 e 4.2.

A segunda fase da etapa empírica visa analisar as trajetórias e as formas de atuação de cinco mulheres negras que atuam em *podcasts* (das cinco regiões do Brasil), a partir das suas narrativas sobre as práticas de produção, contemplando os desafios, as conquistas e as expectativas futuras, apresentando para a sociedade sugestões de iniciativas e de políticas para fomentar a presença de mulheres negras nos *podcasts* brasileiros. Utilizamos a técnica de entrevista semiaberta para ouvir as falas, as trajetórias e as formas de atuação das mulheres produtoras de *podcasts* das cinco regiões brasileiras. Conforme Duarte (2005) explica, a entrevista semiaberta é um caminho para explorar, abertamente e com profundidade, os itens que devem ser identificados estrategicamente no processo.

O pesquisador faz a primeira pergunta e explora ao máximo cada resposta até esgotar a questão. Somente então passa para a segunda pergunta. Cada questão é

aprofundada a partir da resposta do entrevistado, como um funil, no qual perguntas gerais vão dando origem a específicas. O roteiro exige poucas questões, mas suficientemente amplas para serem discutidas em profundidade sem que haja interferências entre elas ou redundâncias. A entrevista é conduzida, em grande medida, pelo entrevistado, valorizando seu conhecimento, mas ajustada ao roteiro do pesquisador (Duarte *et al.*, 2005, p.66).

Essa técnica contempla um instrumento que é guia de interesse temático da pesquisa com flexibilidade de questões que possam nortear o caminho de observação das trajetórias femininas negras: “uma vantagem desse modelo é permitir criar uma estrutura para comparação de respostas e de articulações de resultados, auxiliando na sistematização das informações fornecidas por diferentes informantes” (Duarte, *et al.* 2005, p. 67). Para a coleta de dados, elaboramos o seguinte instrumento, explorando informações de identificação e da atuação no *podcast*.

Quadro 11 – Instrumento de coleta de dados das mulheres produtoras de *podcasts*

A) Dados de identificação:

1. Nome e pseudônimo indicado:
2. Idade:
3. Escolaridade:
4. Cidade/ região:
5. *Podcast* em que atua:

B) Atuação em *podcast*:

1. Há quanto tempo tu atuas neste *podcast*?
2. Me conta como foi a tua trajetória anterior, de formação, até chegar nesse espaço de atuação neste *podcast*.
3. E, desde o começo da atuação no *podcast*, como tem sido a experiência? Começaste nesta função ou em outra? Qual? Que mudanças ocorreram no caminho?
4. Hoje, no *podcast*, como é a rotina de produção semanal?
5. Como tu te sentes sendo uma mulher negra que atua com protagonismo em um *podcast*?
6. Quais são os desafios que tu enfrentas para ocupar este espaço de produção de *podcast*? Há coisas que tu gostarias de fazer mas não consegues/ podes, atuando no *podcast*? Quais?
7. E as tuas conquistas? Me fala sobre elas! Como te sentes sobre isso?
8. Quais são as tuas expectativas em relação ao futuro da tua atuação no *podcast*? E para além dele, na tua vida profissional na área da comunicação?
9. O que tu poderias sugerir, em termos de iniciativas e políticas, para fomentar a presença de mulheres negras nos *podcasts* brasileiros?
10. Como a presença das mulheres negras nesses espaços de voz e visibilidade pode repercutir socialmente de forma positiva?

Fonte: Elaborado pela autora.

Como trabalhamos com mulheres interlocutoras que residem em cinco regiões do Brasil, realizamos as entrevistas através da internet, pois se trata de um ambiente que hospeda aplicativos que facilitam conversas simultâneas e gratuitas, mas ainda é considerado "subutilizado" em pesquisas científicas, apesar da facilidade na quebra de barreira geográfica (Braga e Gastaldo, 2011).

Apesar das potencialidades técnicas trazidas pela Internet serem conhecidas, elas ainda são largamente subutilizadas na pesquisa científica, que continua sendo um discurso essencialmente baseado em texto. Numerosas pesquisas são empreendidas priorizando o uso da Internet para pesquisa documental – escrita – e em entrevistas (questionários?) enviadas por e-mail. Nesse movimento, o ganho com a transposição das fronteiras geográficas permitida pela rede parece ofuscar a perda do contato com o contexto que estaria disponível em uma interação pessoal, dados caros a toda uma tradição de pesquisa empírica naturalista (Braga e Gastaldo, 2011, p. 2).

Para atender as orientações da Resolução 466/12 sobre Ética em Pesquisa com seres humanos em Ciências Sociais, este estudo conta com o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (Apêndice 1), que apresentamos para as interlocutoras antes das coletas de dados, informando os objetivos específicos da pesquisa, riscos e benefícios para obter a sua autorização em participar da pesquisa.

As fontes dessa fase da pesquisa empírica são cinco mulheres negras que produzem e participam dos *podcasts* analisados em suas respectivas regiões:

Quadro 12 – Fontes selecionadas

Fonte ¹ :	Podcast:	Região:
Elloane Carinie	<i>Na Beira do Rio</i>	Norte
Maria Alves	<i>Nossa Gente</i>	Nordeste
Laura Resende	<i>Boca de Siri</i>	Centro-Oeste
Kenya Odara	<i>Coletivo Siriricas</i>	Sudeste
Tainã do Nascimento Rosa	<i>A Cor da Voz do Sul</i>	Sul

Fonte: Elaborado pela autora.

Após a coleta, desenvolvemos a descrição de dados em um documento de texto onde compilamos dados em um quadro para identificar semelhanças e oposições apontadas entre as mulheres.

¹ Os nomes das interlocutoras participantes da pesquisa são tornados públicos na Dissertação atendendo o seu desejo de identificação e visibilidade.

Quadro 13 – Instrumento de descrição dos dados da entrevista semiaberta

Podcast - Região e fonte:	Podcast 1	Podcast 2	Podcast 3	Podcast 4	Podcast 5
A) Dados de identificação: B) Atuação em podcasts:					

Fonte: Elaborado pela autora.

Para a análise, realizamos a leitura transversal dos dados das cinco informantes e organizamos as informações para posterior redação dos resultados que estão no capítulo quatro, especificamente 4.3. Por fim, realizamos a articulação dos dados sobre os *podcasts* e os episódios com as falas das mulheres sobre a produção e, posteriormente, desenvolvemos a interpretação dos dados, relacionando esses resultados com as teorias e discussões que estão no capítulo três. Tal discussão está no capítulo quatro, item 4.4.

3 DISCUSSÃO TEÓRICA

Neste capítulo, abordamos o papel do *streaming* no crescimento da produção de *podcasts*, com base nas ideias de Herschmann e Kischinhevsky (2008), Ladeira (2022) e Montardo e Valiati (2021). Esses pesquisadores observam não só os formatos da mídia sonora que emergem a partir do *streaming*, mas também as possibilidades de explorar o *podcasting* no Brasil pelos apontamentos de Berry, 2016; Luiz; Assis, 2010; Bonini, 2020; Viana, 2020; Trinca; Figueiredo, 2022.

Depois, apresentamos a discussão sobre as mulheres negras brasileiras na mídia sonora e nos *podcasts*, a partir das ideias de autoras como González (2020), Evaristo (2016), Piedade (2017), hooks (2022), Corrêa (2019), Carneiro (2011) e Freitas (2017); incluindo ainda as perspectivas de Vicente (2018a, 2018b), Gambaro (2022) e Chagas (2019).

Tratamos dos movimentos das majorias minorizadas nesses espaços de comunicação segundo estudos de Santos (2020) e Torquato (2021); das mulheres inseridas nos processos de reafirmação identitária e ressignificação de movimentos, segundo Corrêa (2019) e Pagel (2020); até estudos antecedentes que contassem como as mulheres negras são representadas na mídia, segundo as ideias de Ferreira (2017); Carrera (2020); Santos (2020); Sales (2022); Crisóstomo; Melo e Terso (2022).

3.1 O papel do *streaming* no crescimento da produção de *podcasts*

Antes de tratar da comunicação através de mídia sonora, destacamos que estamos alinhadas com a perspectiva de comunicação e cultura, e nesse contexto para Martín-Barbero, as lógicas de dominação dos meios massivos, as influências sociais e culturais fizeram expressar como os meios se comunicam e como eles são usados: “a Comunicação se tornou para nós questão de mediações mais que de meio, questão de cultura e, portanto, não só de conhecimentos mas de reconhecimentos” (Martín-Barbero, 1987, p. 16). Conforme Lúcia Santaella, a comunicação vai muito além da referência e da relação de emissor e receptor, pois percebemos relações simétricas e complementares: “nas simétricas, os indivíduos envolvidos espelham o comportamento um do outro. Nas complementares, o comportamento de um serve como estímulo para o comportamento do outro” (Santaella, 2002, p. 22).

Portanto, nessa tentativa de refletir, de forma sucinta, sobre alguns sentidos de comunicação, sem desconsiderar o importante percurso dos demais meios, abordaremos, de maneira objetiva, alguns pontos da identificação de comunicação na mídia sonora.

Refletir sobre a mídia sonora exige atentarmos para pistas que fundamentam a cultura da convergência e dialogam diretamente com a proposta de pesquisa. A cultura da convergência consolida pontos para entender a transformação midiática, pois, segundo Jenkins (2008), é “onde as velhas e as novas mídias colidem, onde mídia corporativa e mídia alternativa se cruzam, onde o poder do produtor de mídia e o poder do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis” (Jenkins, 2008, p.27). Também é necessário ressaltar que a comunicação radiofônica é um dos meios mais importantes para a sociedade brasileira (Kischinhevsky *et al.*, 2017). Nesse sentido, uma pesquisa científica desse mesmo autor revela a consolidação dos estudos de mídia sonora no século XXI, observadas a partir de variados objetos de estudos, aportes teóricos e empíricos, no período de 2001 a 2015.

A tecnologia é uma ferramenta de potencial fornecimento da comunicação na sociedade, mas não pode ser confundida somente com produção e consumo através dos meios digitais. Os interesses de quem produz conteúdo sonoro se categorizam em diversas temáticas que vão desde a reconstrução histórica de emissoras e de programas de rádio, a dimensão em convergência midiática, a indústria fonográfica/música, o radiojornalismo, o mercado radiofônico/gestão até os estudos de som, o radialismo, a web rádio, o *podcasting*, a rádio digital, a interatividade, entre outros (Kischinhevsky *et al.*, 2017). A comunicação, por sua vez, abrange uma amplitude de conteúdos em diversos formatos através do gênero radiofônico (Alpino *et al.*, 2022), mas estabelece os direitos humanos, reflete a diversidade na sociedade e fortalece a democracia.

Pesquisadores também acreditam na articulação teórico-metodológica de pensar a comunicação antirracista para “tensionar e revigorar as expressões de comunicação no Brasil” (Leite, 2022, p.02). Conforme Alpino (2022), o desenvolvimento tecnológico propicia as transformações para que a mídia sonora possa se moldar ao longo do percurso, chegando na determinação de “subprodutos como web rádio e *podcast*”.

O sistema radiofônico vem passando por uma ressignificação, desde as estratégias utilizadas para convergência e adaptação desse processo de comunicação, bem como a relevância do ator social para o agendamento do conteúdo, e quanto isso impacta nas reflexões e ações do indivíduo. O consumidor agora tem um caráter migratório e exige novas experiências, de forma a causar transformações nas plataformas midiáticas e, conseqüentemente, na expansão do conteúdo (Alpino *et al.*, 2022, p.11).

Essas possibilidades mostram também a interação de ouvintes em inúmeras redes sociais de consumo, já que movem o comportamento da estrutura da mídia sonora para outras conexões com o *Facebook*, *Linkedin*, *Instagram*, etc. Como sugere Alpino, “essa estratégia,

além de promover a propagação de conteúdo, reforça o modelo de negócio, uma vez que gera a interação, converge em outras mídias e, conseqüentemente, gera lucro através da atividade dos usuários” (Alpino *et al.*, 2022, p.11). Jenkins (2008) afirma que os diálogos entre os canais midiáticos são observados pelo comportamento do público em busca de “experiência e entretenimento, o que depende da participação ativa de consumidores”, uma vez que os sujeitos estão condicionados a alterações culturais de espaço e de tempo.

Por convergência refiro-me ao fluxo de conteúdos através de múltiplos suportes midiáticos, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em buscas das experiências de entretenimento que desejam. Convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, dependendo de quem está falando e do que imaginam estar falando (Jenkins, 2008, p. 27).

Em outra pesquisa, Viana (2022) detalha a complexidade da discussão metodológica acerca da mídia sonora relacionada à comunicação radiofônica. Conforme a autora, o enredo dos estudos científicos aponta debates em percursos metodológicos desde quando “o rádio se limitava às ondas hertzianas” até as modificações impulsionadas pela permanência da *internet*: “a partir disso, acreditamos que o fato de ir além do enfoque da técnica e da prática radiofônica, olhando para os sujeitos das narrativas e para o que elas podem nos revelar, contribui para a constituição dessa área do conhecimento” (Viana, 2022, p.13). Ainda, essas próprias rupturas podem ser observadas diariamente nas formas de trabalho dos jornalistas que se utilizam desses aparatos radiofônicos como distribuição de conteúdo, e não, necessariamente, apenas da emissão de notícias. Em relação a essas alterações, sob o ponto de vista do radiojornalismo, Viana (2020) afirma que acontece uma “apropriação do rádio em busca de expansão” na consolidação nos meios em plataformas, visando ao ouvinte.

Teoricamente, a convergência tecnológica (Castells, 1999), na virada do século, possibilitou o aparecimento dessas formas de consumo midiático na internet. Tais transformações permitem a existência de certos modos de receber e de enviar informações, assim como o fato de os receptores se tornarem emissores. Conforme enfatizam Kischinhevsky e Herschmann (2008), com o avanço da tecnologia, as mediações tradicionais perdem força, cedendo espaço para pluralidade nas representações artísticas. Nesses novos formatos vivenciados no século XXI, podemos encontrar dispositivos móveis, rádio expandido, *streaming*, crescente produção de *podcasts* e outros produtos midiáticos. Dessa forma, o fortalecimento dos produtos do audiovisual constituíram caminhos econômicos que movimentaram o mercado da comunicação, também em um conjunto de etapas de

desenvolvimento marcado pela fase da multiplicidade da oferta que se entrelaça com os processos da indústria cultural presente.

De certo modo, os estudos de mídia sonora, também apresentam uma vasta contribuição de especificidades relacionadas ao rádio. Tais características podem ser semelhantes com as novas ferramentas de comunicação, que utilizam o áudio como recurso principal de trabalho. Segundo a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO), a informação que vem do rádio, é confiável, possui credibilidade podendo promover a paz, educar uma comunidade, moderar conflitos e atuar como base para haver não só uma democracia sustentável, mas também uma boa governança.

Constitui uma arena para o debate democrático, onde há o intercâmbio de informações e a manifestação da expressão cultural. Contudo, é também um legítimo ator social, atuando como fiscalizador de poderosas instituições (tanto públicas quanto privadas) e exigindo que o governo preste contas. Como ator social pode ser uma força sectária e um instrumento de conflito (UNESCO, 2010, p.35).

O rádio como um dos principais meios de comunicação do século XX, contribuiu de forma tecnológica, social e comunicacional, desde seu surgimento até a contemporaneidade, resultando no aprimoramento de produtos midiáticos associados ao meio. Neste sentido, na Dissertação de mestrado *Jornalismo radiofônico e vinculação social* (Salomão, 2003), o autor busca uma compreensão de conceitos que classifiquem a vinculação social e seus efeitos diante da audiência de rádio.

Pesquisas que articulam o comportamento de ouvintes, na observação de programas com base nas técnicas de comunicação radiofônica, podem inspirar transformações em comunidades de modo positivo ou negativo. Para o pesquisador, a aproximação entre o emissor e ouvinte acontece por meio de um “jogo comunicacional” (Salomão, 2003) que envolve alguns fatores. O autor observa, ainda, as relações no comportamento após a explosão da tecnologia que impacta o meio rádio: “para os defensores da noção de sociabilidade, as relações sociais vêm sendo continuamente reconfiguradas depois da presença dos meios tecnológicos comunicacionais” (Salomão, 2003, p. 14).

Os aspectos/ações que desenvolvem os caminhos até atingir os ouvintes são necessários para compreender os discursos propostos pelas emissoras de rádio e, nesse sentido, apesar de tratar de produtos divergentes, a teoria se enquadra nas propostas de *podcasts*. Portanto, a emissora será importante ou talvez os episódios dos *podcasts* também se tornem relevantes não somente na utilização de técnicas de persuasão, no comportamento de

proximidade pela notícia local como também na identificação do comunicador para construir essas definições.

O conceito de sociabilidade, enquanto relações de base, formas lúdicas de socialização, “atração” pela vida social (a força do ser-junto-com), vem realçar uma perspectiva distinta, que é a imbricação comunicação/sociedade, e a compreensão do espaço da comunicação como o lugar mesmo de realização social (França, 1995, p.62. *apud* Salomão, 2003).

Ademais, pela socialização, o ouvinte vai participar de grupos específicos de discussão do programa, da ideologia do rádio e alimentar uma bolha de seguidores daquele estilo de conteúdo. O envolvimento entre o ouvinte e a imaginação criada pelas ondas do rádio, principalmente no século passado, revertia em participações ao vivo, por chamada telefônica, cartas, contação de histórias pessoais, encontros presenciais, radionovelas, na ideia de gerar vínculo e pertencimento.

Mais uma vez, na dissertação, Salomão (2003) relata as experiências de ouvintes no momento em que a Rádio Globo “deixou de existir em 31/07/1994 e acordou CBN” (Salomão, 2003). Os ouvintes sentiram significativamente a ausência da companhia, da música, dos programas de que participavam e repentinamente começaram a ouvir o noticiário pela Central Brasileira de Notícia (CBN). Se as radionovelas fizeram sucesso nas primeiras décadas do rádio, na atualidade os seriados também provocam o imaginário de ouvintes através dos *podcasts*, inclusive com audiência feminina na época: “um formato se tornou muito popular nos Estados Unidos: séries fechadas com poucos episódios que trazem narrativas de histórias de crimes utilizando técnicas de *storytelling*” (Silva e Santos, 2020, p.73).

Se determinado *podcast* deixar de existir, tal fato novamente provocaria decepções nos ouvintes. Portanto, em ambos os casos, existem ligações de pertencimento e de identificação entre o conteúdo abordado nos programas e a experiência do receptor: “este fato serve de apoio à ideia de que o rádio cumpre um papel de preenchimento e de que a lógica de identificação – de caráter coletivo – significa para o ouvinte uma alternativa de compartilhamento de experiências e emoções” (Salomão, 2003, p.22).

Esses vínculos imaginários, que rendem audiência e remuneração entre o ouvinte e o emissor, são chamados, de maneira teórica, de “contratos de leitura” (Salomão, 2003). Aspectos usados pelo locutor, características da emissora, a qualidade, segundo o gosto do ouvinte de um programa, são exemplos que renovam os acordos de audiência e de produção de sentido. Esses motivos podem indicar as razões de seleção de uma estação de rádio, em vez

de outra. Salomão (2003) aponta que a oferta de multiplicidade também é uma das estratégias de contratos de leitura:

Os contratos de leitura fundam, por assim dizer, o caráter de permanência da audiência de um determinado programa/emissora; É o conjunto de elementos de caráter discursivo, hermenêutico, estético etc. que levam o público a estabelecer um acompanhamento continuado e rotineiro de um determinado produto midiático. (Salomão, 2003, p.48).

Já o texto: *Goffman: a fronteira sutil entre a fala cotidiana e a locução no rádio*, aborda as divergências entre “fala rotineira e espontaneidade no rádio”, reunindo cinco artigos que direcionam a atenção para a fala “na concepção do enunciador”. Conforme Pessoa (2009), Goffman faz uso de questões sociolinguísticas e etnográficas, em nome da microssociologia, para observar a fala sob os ouvidos da audiência. Ele entende que o discurso do rádio vai tentar reproduzir a espontaneidade “respeitando os limites de cada locutor”. O texto aponta que os locutores acreditam no que falam e usam a crença como estratégia de leitura para atingir exatamente a espontaneidade. Adicionando a isso a política de cada emissora de rádio, a capacitação técnica, por meio de treinamento dos profissionais, e a elaboração prévia do programa. Já na observação das falhas, o autor divide a reflexão em “informadas ou desinformadas”, uma vez que o locutor pode ser avisado do erro, ou não.

As falhas informadas incluem disfluências (truncamentos, preenchimento de pausas e hesitações) e lapsos (ambigüidade não intencional). Já nas falhas desinformadas estão agrupadas o erro crasso (deficiência intelectual, tentativa malsucedida de superar a própria competência lexical) e a gafe (violação de boas maneiras ou transgressão de normas sociais de conduta). (Pessoa, 2009, p. 5).

Dessa forma, trocar as palavras difíceis são alternativas para o locutor evitar cometer erros ao vivo, pois poderia seguir falando, caso cometesse uma falha de dicção, com o propósito de essa situação passar despercebida pelo ouvinte ou na locução verbal. Para Goffman, o termo “falante” tem vários sentidos na produção da fala; já na sociedade, as falas são definidas como animador, autor e responsável.

A produção da fala na sociedade letrada se dá, para o autor, de três formas: a recitação (memorização), a leitura em voz alta e a fala espontânea (resultado da montagem e codificação do texto em resposta imediata a uma audiência). Cada uma dessas formas está relacionada a formatos específicos de produção da fala, que sustentam a relação falante-ouvinte. Em geral, na fala espontânea encontra-se adequação entre animador, autor e responsável. (Pessoa, 2009, p.5).

Nesse sentido, no que diz respeito à locução, se trata de toda fala rotineira ecoada em um microfone, conceituada em três modos: “simultânea, triangular e direta” (Pessoa, 2009). A característica desses modos reside na abordagem ou no comportamento do falante em determinada situação: o modo simultâneo, que poderia ser caracterizado em uma narração ao vivo de uma partida de futebol; a maneira triangular, que remete a uma entrevista com convidados, como se fosse uma fala, face a face e, por fim, o modo direto, em que o ouvinte ganha o papel principal. Outrossim, esse tipo de estratégia é direcionado para o rádio, mas pode ser incorporado no *podcast*, como explica a autora: “a fala no rádio exige do locutor adaptação às especificidades do próprio meio de comunicação, além de ter de lidar com as contingências da fala cotidiana. A era eletrônica acarreta a exposição dos erros em âmbito maior” (Pessoa, 2009, p. 7).

A partir destes apontamentos relacionais do rádio e *podcast*, por meio da fala e técnicas de aproximação entre comunicador e ouvintes, pretendemos neste espaço, aprofundar a discussão refletindo os encadeamentos que o *streaming* proporciona às ferramentas de comunicação na atualidade. Conforme Ladeira (2022), o conceito de *streaming* se encontra em definição, mas o pontuou como um tipo de “audiovisual centrado no modo online, popular em razão da larga escala de oferta de serviços de mídia no Brasil”.

Como traço central, a cartografia das relações inscritas no sistema de comunicação brasileiro aponta a defesa da instituição de fronteiras, nas quais se mostra recorrente a defesa patrimonial de certos recursos. A recorrente apropriação privada do que é público se revela tema essencial desse diagrama. Isso lida com a máquina de guerra posta em operação pelo streaming, em sua tentativa de produzir um espaço liso (Ladeira, 2022, p.33).

Por outro lado, o *streaming* aparece como a tecnologia que possibilita a propagação da oferta de consumo cultural:

A captação de áudio e vídeo pela internet é possível através da tecnologia streaming que possibilita transmissão em tempo real para computadores remotos. As emissoras online oferecem conteúdo em duas modalidades: Pelo Multicast o servidor emite um sinal que é captado por todos usuários que se conectem à emissora, conforme a capacidade tecnológica de transmissão. Já pelo unicast o navegador opta pela atração (produtos radiofônicos atuais ou de arquivo) que deseja ouvir, sistema que não consiste em transmissão ao vivo, mas em um acervo de músicas programas para tocar em determinadas ordens, a partir da conexão do usuário (Brittos, 2002, p. 50).

Nesses estudos que organizam a arqueologia dessas ferramentas de comunicação, mais uma vez, a cultura é identificada não somente nos processos de consolidação, como também

em aspectos econômicos como é observado no *streaming*. Segundo Ladeira (2022), as novas tecnologias disponibilizadas na *internet*, como nas ferramentas de consumo no *streaming*, enfrentam novos processos de comportamento na produção e na recepção de meios e de mensagens. O autor evidencia que o serviço é a descentralização das mãos do “Estado e monopólio políticos estáveis - como acontecia no século XX – e se transforma em recursos privados.” (Ladeira, 2022, p.35).

Na possibilidade de compreender como absorver o conteúdo oferecido através de *streaming* (Gomes, 2021), surge o consumo colaborativo, definido como práticas que acontecem entre serviços e produtos. Este movimento condicionou o Brasil a ficar em terceira posição em consumo de música do mundo nesse tipo de plataforma, em 2019 (Montardo *et al.*, 2019). A lógica da distribuição da plataforma está diretamente ligada ao uso, que mobiliza o crescimento da utilização do serviço, inspira a personalização dos conteúdos oferecidos entre música, games, vídeos, filmes e séries (Montardo *et al.*, 2019), o que pode caracterizar o acelerado acesso, pela oferta de uma imensa biblioteca de conteúdos de baixo custo e até mesmo gratuitos.

Em vez de emissoras lineares e redes de distribuição, surgem aplicativos com acervos exclusivos, gerenciando sua biblioteca através da segmentação radical e da recomendação sistemática. Embora distintos, tais recursos interagem entre si, como um conjunto multifacetado de insumos operando em um ambiente flexível, no qual cada um zela por sua especificidade” (Ladeira, 2022, p.35).

A possibilidade de escolher o produto na tecnologia digital dá poder ao consumidor, seja ele ouvinte, telespectador ou leitor de não apenas receber uma programação pré-estabelecida, como ocorre nos meios de massa. Analisando de forma subjetiva, o que condiciona essas características são fatores associados à vida cotidiana em sociedade, nos quais estão refletidos aspectos culturais e econômicos também influenciados por algoritmos de recomendação.

A observação dos aspectos materiais explora os objetos, a multiplicidade de telas, os algoritmos e sistema de recomendação, as restrições e possibilidades, os recursos financeiros para a manutenção da prática, o próprio corpo e performance (posições, privação de sono, estratégias). Nesse sentido, importa explorar a plataforma de *streaming* selecionada para caracterizar suas *affordances* e, com isso, identificar as performances algorítmicas por elas previstas. Essa etapa pressupõe, também, a investigação acerca do conteúdo disponível na plataforma (música, séries/vídeos, jogos digitais, etc.) (Montardo *et al.*, 2019, p.16).

Contudo, o consumo na plataforma de *streaming* acontece por meio de um serviço (Gomes, 2021). Dessa forma, a aquisição da experiência limita a cartela de produtos culturais, como eram comercializados no passado, inclusive enfrentando o “excesso de opções”.

Nesse cenário, as tecnologias da informação aliadas à internet não se comportam apenas como agentes facilitadores desse progresso diante do consumo, mas, também, são tomados como principais canais em que o consumidor colaborativo busca expor suas experiências, práticas, hábitos, preferências e críticas. O contexto tecnológico é, então, escolhido como ambiente ideal, visto que sua função atual é possibilitar o encontro das transações comerciais e de consumo com diversos serviços (Gomes, 2021, p.20)

Desse modo, o que pode contribuir para a explicação do papel do *streaming* no mercado sonoro é o consumo baseado na transição da cultura da portabilidade (Kischinhevsky, 2017) em que usuários se adaptam a ferramentas tecnológicas reformuladas. Os arquivos de áudio e vídeo transmitidos/disponibilizados em plataformas de *streaming* tornam recursos financeiros de grandes empresas, corporações, empreendedores, artistas e/ou sujeitos anônimos: “no entanto, o *podcasting* é um meio que pode fazer muito mais, e por isso organizações e indivíduos estão encontrando maneiras de explorar as características e os benefícios do novo meio para ganho corporativo, autoajuda e educação” (Berry, 2006, p.153).

Após este percurso, entendemos que depois de longos anos de práticas radiofônicas e do embasamento teórico para fundamentar o conceito de rádio, o *podcast* como produto que cresce sob forma de produção e de desenvolvimento tecnológico, descoberto neste século, cause discordância entre as definições utilizadas para proporcionar sentido, mas todas têm o mesmo propósito de compreender o conceito ou as práticas do produto. Segundo Avelar, Prata e Martins (2018), o artigo *Will the iPod kill the Radio Star? Profiling Podcasting as Radio (2006)* (O iPod matará o Rádio Estrela? Definindo perfis de *podcasting* como rádio) - escrito pelo professor sênior de rádio na Universidade de Sunderland no Reino Unido, Richard Berry - serviu de guia para pesquisadores discutirem as relações do produto na mídia sonora.

Em outro ponto de vista, Luiz (2010) diz que palavra “*podcasting*” origina da conexão entre “*pod*” de *iPod* e “*casting*”, com sentido de transmissão feita por meio de ondas eletromagnéticas de rádio; são esses raciocínios que causam os questionamentos no meio radiofônico. Os *podcasts* são arquivos de áudio práticos com histórias lineares, narrativas jornalísticas, produções pessoais, elaborados tecnicamente ou simplesmente por integrantes que trocam ideias (conversas informais) sobre qualquer tipo de assunto, ponderando a regionalidade ou repercussão de um fato nacional/internacional, dentro de uma tecnologia de oralidade.

No artigo *O Podcast no Brasil e no Mundo: um caminho para a distribuição de mídias digitais, podcasting* (Luiz, 2010), ele está definido como “uma forma de transmitir um arquivo de áudio ou vídeo via *internet*” (Luiz, 2010, p.2). Atentamos para a palavra vídeo, que aponta a oferta também de imagem em movimento, portanto os *podcasts* são programas de áudio distribuídos através do *podcasting* (Luiz, 2010). As principais características do *podcasting*, segundo Luiz e Assis (2010), são a distribuição direta e atemporal, atributo que especifica outras mídias. Apesar da proximidade com o rádio e pelo fato de ser marcado pela experiência sonora, o vídeo também pode ser transmitido via *podcasting* (Luiz et al, 2010). Essa alternativa é identificada como *videocast*. Tal produto pode ser considerado também uma modalidade de radiofonia sob demanda, já que o programa pode ser baixado e consumido em diversas plataformas sem determinação de tempo ou audição online (Kischinhevsky, 2017). Entre os conceitos expostos, Bonini (2020) detalha, de forma concisa, atribuições da ferramenta:

Podcasting é uma tecnologia para distribuição, recepção e escuta sob demanda de conteúdo sonora produzido por tradicionais editores, como rádio, companhias editoriais, jornalistas e instituições escolas, centros de ensino profissionalizante, ou criado por produtores independentes de rádio, artistas e amadores. É uma tecnologia com uma história considerável. (Bonini, 2020, p.14).

No cenário brasileiro, o surgimento e a popularidade do *podcasting* ocorreram em 2004 (Chagas *et al.*, 2019). Um conteúdo explorado por *podcasters*, em solo nacional, foi descoberto a partir de uma cartografia (Chagas *et al.*, 2019) identificando 18 modalidades educativas distribuídas no agregador CastBox. Os autores Chagas e Viana (2019) identificaram, mediante debates educativos propostos nos *podcastings*, heranças da experiência radiofônica na visão de Roquette-Pinto. Quanto à classificação da difusão de temáticas, formatos e estruturas de *podcasts*, Trinca e Figueiredo (2022) identificaram quatro formatos em duas categorias:

A primeira, dos podcasts Conversados, que abriga os Mesacasts e as Entrevistas, formatos mais dialogados e dinâmicos, que priorizam a interação espontânea entre os participantes. A segunda, dos podcasts Seriados, engloba os programas com roteiros mais detalhados e sequencializados do que os anteriores. Estão dentro dessa categoria os podcasts Jornalísticos e Narrativos, que podem apresentar histórias reais ou fictícias. (Trinca et al, 2022, p. 9).

Essas contribuições apontam que, a partir de um levantamento bibliográfico em estudos de mídia sonora e rádio de 2004 a 2019 (Viana, 2020), semelhanças e incertezas entre as metodologias e teorias usadas por pesquisadores foram descobertas. De 34 pesquisas

analisadas, 29 defendiam perspectivas teóricas entre as áreas da “cibercultura e mídias digitais e do rádio e mídias sonoras” (Viana, 2020 p. 14). A cultura de convergência já aparecia nesses trabalhos produzidos naquele período, quando ocorreu uma “gama de produções com olhares diversos e plurais para o *podcast*” (Viana, 2020 p. 14). Conforme Viana (2020), a percepção avança do foco inicial voltado à tecnologia “multimídia” e chega às “discussões de áudio e linguagem radiofônica” ao longo do percurso. A primeira geração do *podcasting*, na visão de Bonini (2020), pertence aos pioneiros da ferramenta, com produções disponibilizadas até o final de 2011 e ganharam definição de segunda geração nas produções após 2012 (Silva, 2020).

No século XXI, no *podcast*, as estratégias de participação dos ouvintes se assemelham às antigas abordagens do rádio. Com a possibilidade de programas de *podcasts* não serem transmitidos ao vivo, diversos *podcasters* incentivam os ouvintes a enviarem *e-mails*, que são respondidos em determinados episódios, como forma de consolidar e vincular a audiência. As redes sociais também desempenham papel fundamental na aproximação entre os *podcasters* e os seguidores.

Entre os formatos da mídia sonora que emergem a partir do *streaming*, o *podcasting*, segundo o autor britânico Berry (2006), além de ser um meio convergente de áudio, web e dispositivos de mídia portáteis, constituía de práticas de audiências, de consumo, produção e distribuição.

Nesse sentido, Berry (2006) considera que a comunidade nasce da divertida conexão entre sujeitos produzirem seus próprios materiais, fazer download e consumir os temas que desejarem em qualquer momento ou lugar, o que se caracteriza como mídia horizontal. Entre os pontos abordados pelo autor (2006), encontramos a independência da produção de um *podcasting*, sem controle prévio de quem pode ou não falar ou ouvir determinado assunto. Considerando a autonomia de criação de conteúdo, o meio possibilita que qualquer pessoa física ou jurídica possa desenvolver material e conversar com seu próprio público, qualificando o que se fala e não a marca (Berry, 2006).

Ademais, as possibilidades de explorar as formas de operar o *podcasting* nos Estados Unidos influenciou empresas e organizações públicas e privadas a usarem, de maneira estratégica, seus materiais na distribuição e circulação com o seu público. O *podcasting* chamou atenção de gestores da área política, da Administração Nacional da Aeronáutica e Espaço (NASA), de escolas, universidades, faculdades e de inúmeros fones de ouvido. Nesse ponto, a área educacional utilizou, de forma pioneira e criativa, o recurso para utilizar

didaticamente materiais escolares, já que o apoio do recurso tecnológico possibilita a discussão das ideias entre os estudantes.

Como forma de distribuição, em dados de consumo, o *Spotify*² é uma das principais ferramentas de *streaming* para hospedagem de *podcasters* e execução de programas (Viana, 2020) entre as ofertas de outras plataformas disponíveis no mercado. Dados justificam que “o Brasil é o segundo país que mais consome *podcasts* no mundo, com crescimento médio mensal de 21% desde janeiro de 2018” (Silva, 2020, p. 184). De acordo com Viana e Almeida (2021), as estratégias de interação de ouvintes nos *podcasts* são semelhantes às originadas do rádio. Na atualidade, ouvintes de *podcasts* utilizam, além de redes sociais, o *e-mail* como canal de comunicação com os *podcasters*, modalidade que não é novidade no rádio. Com base em análise de um *podcast* específico da pesquisa, Viana e Almeida (2021) observaram que o ouvinte é chamado para escutar, mas não para interagir, definindo-o como “uma participação e não uma interação” (Viana *et al.*, 2021).

Em 11 de março de 2020, a Organização das Nações Unidas anunciava o início da pandemia de coronavírus, responsável pela doença Covid-19 (SENADO, 2022). O mundo viveu um momento grave e delicado de saúde, totalizando a perda de muitas vidas. O fim da crise sanitária no Brasil ocorreu no dia 22 de maio de 2022. Nesse período de isolamento, pela necessidade de reclusão social, a população migrou para o entretenimento digital, o que aumentou o consumo também em *podcasts*. O consumo de *podcasts* se acentuou em 2020, segundo Chagas e Silva (2021), que relatam que a pesquisa entre Globo e Ibope demonstrou crescimento de consumo de *podcasts* durante a pandemia de coronavírus. Os ouvintes passaram a escutar programas durante as atividades dentro de casa, assim como exploraram outros produtos midiáticos.

Sob esse viés, entender a distinção dos significados dos produtos de mídia sonoras apontados pelos autores indica que relações sociais, culturais, econômicas e políticas proporcionam que usuários independentes usufruam do *podcasting*. A atividade também permite que mercados invistam em conteúdo visando ao lucro e que discursos ultrapassem apenas os próprios pensamentos escritos em redes sociais, pelo uso da oralidade. Bonini (2020) entende que *podcasting* pode ser analisado como uma “prática cultural de produção e consumo de conteúdo digital sonoro” (Bonini, 2020, p.15), enxergando-o como uma ferramenta alternativa, distinta do rádio e de outros meios de comunicação. Segundo o autor, as práticas culturais influenciam a produção e o consumo de *podcasting*. Outro ponto interessante está na metamorfose da comunicação, pois um “novo” meio não surge por

²*Spotify* é um serviço de *streaming* de música, *podcast* e vídeo usado online.

casualidade; ao contrário, a história explica que o que acontece é uma releitura, readaptação, continuação moderna de um meio ou de algo já existente. Fidler (1998) pontua a evolução de uma mídia já criada que se moderniza:

Ao estudar o sistema de comunicação como um todo, veremos que os novos meios não surgem por geração espontânea, nem de modo independente. Aparecem gradualmente pela metamorfose dos meios antigos. E quando emergem novas formas de meios de comunicação, as antigas geralmente não deixam de existir, mas continuam evoluindo e se adaptando (Fidler, 1998, p. 57).

Para Bonini (2020, p.19), após o processo inicial tecnológico do *podcasting*, a “segunda era do *podcasting*”, o transforma em “meio digital massivo em si não como uma alternativa à radiodifusão, nem como uma renovação de sua forma”. A simplificação do aparato tecnológico facilita a produção de conteúdo em massa e altera as lógicas de produção mencionadas anteriormente por Martín-Barbero, fortemente caracterizado pela produção independente, todavia disputando uma fatia de audiência no mercado, quando não são produtos impulsionados por grandes empresas, como avalia Cardoso (2022):

Por se tratar de um cenário extremamente amplo e complexo não é possível afirmar que a maior parte da audiência no país ficará retida pelos grandes produtores, mas, por meio das pesquisas citadas e apresentadas neste artigo, identificamos que o sucesso de podcasts como O Assunto e outras produções ligadas a conhecidos players da comunicação e/ou do *podcasting*, pode estimular uma homogeneização de temáticas, de formatos e de ideologia, como ocorreu com a radiodifusão. A história contemporânea nos revela que novos meios de financiamento serão desenvolvidos no futuro e poderão instigar a criatividade para que surjam outros modelos de produção e de distribuição (Cardoso et al, 2022, p.123).

Portanto, com base nestas reflexões podemos responder: o que é *podcasting*? Propomos considerar a discussão a partir de quatro abordagens: 1) *podcasting* não é rádio (Silva, 2022); 2) é um produto midiático em construção (Santos, 2022); 3) é uma prática cultural (Bonini, 2020) e 4) assim como o rádio, o *podcasting* promove “vínculo contemporâneo” (Santos e Silva, 2020).

Sobre o ponto um, *Podcasting* não é rádio (Silva, 2022): O *podcasting* pertence à cadeia da mídia sonora e lhe atribui características próprias, principalmente influenciadas pelo desenvolvimento tecnológico de práticas contemporâneas. As culturas da convergência e midiamorfose são essenciais para auxiliar na compreensão do produto midiático, pois a convergência é construída pela relação entre “comunicação, cultura participativa e inteligência coletiva” (Jenkins, 2008, p. 27). Com a virada do século, o *podcasting*, como uma

ferramenta de mídia sonora, “desafia o pensamento como comunicação social” (Primo, 2005, p. 2) e, segundo a autora, se trata de uma remediação do rádio.

Existe aí também um impacto recursivo, no sentido de que o novo meio pode reorganizar o espaço cultural do meio mais antigo. Em outras palavras, os meios de comunicação mais recentes podem tanto herdar e se apropriar de elementos de seus predecessores quanto atualizá-los (Primo, 2005, p. 3).

Conforme Primo (2005), o *podcasting* tem terreno ancorado na *internet* e converge simultaneamente com outros programas de comunicação digital que podem reverberar nas práticas de produção. Nesse sentido, para marcar o papel social na *podosfera*, os *podcasters* utilizam de estratégias de segmentação de audiência, conversando exclusivamente com seu público, logo, essa tática envolve interesses pessoais, culturais, econômicos e sociais. Conforme a observação, a autora identificou que o *podcasting* vai além da distribuição de áudio, pois possui a possibilidade de convergir com “imagens e links” (Primo, 2005).

[...] interessa aqui seu potencial de facilitar a publicação de conteúdo (não apenas sonoro, como se verá) a qualquer pessoa com acesso à informática, oferecer formas inovadoras de acesso e manipulação dos episódios baixados, além de favorecer a interação dialógica entre os interagentes. Nesse sentido, entender-se-á aqui que *podcasting* vai além da distribuição e escuta de arquivos de áudio. Esses produtos midiáticos podem também incluir imagens e links. Além disso, os *podcasts* estão normalmente vinculados a um blog, onde *podcasters* e outros interagentes podem debater cada episódio (Primo, 2005, p. 4).

A autora explica o diálogo entre diversas plataformas de *streaming*, também disponibilizadas na *internet*, que são os programas de reprodução desses *podcasts*, associadas à linguagem tecnológica de redes sociais, como complemento de informações e consumo. A construção desse sistema de pertencimento digital através da utilização das plataformas de *streaming* e redes sociais são fatores de convergência midiática, relacionados ao processo cultural do século XXI. Esses “links e imagens” permitem que o consumidor/ouvinte possa conhecer, interagir e/ou acompanhar a narrativa do *podcast* e seus/suas apresentadoras (es), em determinadas redes sociais online, como acontece no *Instagram*.

As adaptações de usuários às tecnologias podem estar associadas às etapas de desenvolvimento, a partir dos princípios da midiamorfose defendidos por Roger Fidler (1998). Na regra dos 30 anos, três décadas é o tempo necessário para desenvolver uma nova ideia no processo cultural (Fidler, 1998). Conforme o autor, a cada dez anos, indivíduos passam por processos de entusiasmo, penetração do produto e interpretação de uma tecnologia corriqueira: “Primeira década: muito entusiasmo, muita confusão, pouca penetração. Segunda

década: muito movimento, começa a penetração do produto na sociedade. Terceira década: ‘E daí? É apenas tecnologia padrão e todo mundo a tem’ [...]’ (Fidler, 1998, p. 38, tradução própria).

O rádio expandido, por exemplo, meio que resiste às transformações culturais e sociais, do ponto de vista da Economia Política da Comunicação, passou por fases de transformações que regem o produto final, a construção da notícia ou informação de serviço à comunidade. Se trata de um enredo de fios políticos, econômicos, sociais e culturais que se misturam nesse processo ao longo do tempo, como explica o autor Valério Brittos (2002):

[...] tendo em vista a reordenação do capitalismo e seu avanço tecnológico, altera-se a regulamentação e novas operações radiofônicas surgem no mercado, perante iniciativas de antigos e novos players, o que resulta num acirramento da disputa entre os agentes, em suas estratégias de conquista do consumidor final e do anunciante. Essa problemática leva à formatação, no início dos anos 90 do século XX - e de definição em 1995, após sua maturação - de um novo período do rádio, neste caso via internet (Brittos, 2002, p. 41- 42).

Porém, na comparação entre a regra dos 30 anos de Fidler (1998) e as gerações de Bonini (2020), observamos uma iniciativa ainda eufórica, mas sem predomínio do *podcasting* em 2004. Além disso, houve uma consolidação em massa após 2012, principalmente em países da Europa, e durante a pandemia de coronavírus. Dessa forma, faltando três anos para fechar a regra, notamos crescimento na produção e no consumo do produto midiático no Brasil, tornando, portanto, popular e acessível.

Segundo o ponto de vista de Fidler (1998), quando se compreende o processo de midiamorfose, esse fluxo envolve um amplo conhecimento de comunicação humana e do padrão histórico do campo global. Para ele, as transformações dos meios de comunicação passam por mudanças políticas, sociais e tecnológicas, portanto o surgimento desses aparatos tecnológicos evolui com base na metamorfose de aparelhos antigos “surgem gradualmente, através da metamorfose dos velhos media. E quando surgem novas formas de meios, as formas antigas geralmente não morrem, mas continuam a evoluir e a adaptar-se” (Fidler, 1998, p.57, tradução própria).

Fidler (1998) explica que a evolução acontece por meio de princípios da metamorfose, em um modelo de três fases: a coevolução, a convergência e a complexidade, cada uma com suas especificidades correspondentes. Tais processos podem caracterizar o fato de que *podcasting* não é rádio, mas um produto midiático em construção.

Para abordar o ponto dois da discussão - de que o *podcasting* é “um produto midiático em construção” (Santos, 2022) - utilizamos como base o artigo *Podcast e hibridização: A*

historicidade do conceito de podcast em trabalhos de pós-graduação no campo da comunicação no Brasil. Santos (2022) absorve o *podcasting* a partir da cultura digital como um produto midiático em construção dos processos de transformações desde a origem em 2004 até a atualidade. Sendo assim, a hibridização é utilizada como base teórica na pesquisa de Santos para afirmar: “o *podcast*, por ser utilizado como um termo "guarda-chuva", pode se materializar em diversas definições” (Santos, 2022, p.7).

Algumas características ainda podem ser percebidas nos artigos *Rádio em episódios, via internet: aproximações entre o podcasting e o conceito de jornalismo narrativo* (Kischinhevsky, 2018), “*A segunda era*” do *podcasting: reenquadrando o podcasting como um novo meio digital massivo* (Bonini, 2020), *O que faz sucesso em podcast? Uma análise comparativa sobre os podcasts mais populares no Brasil e nos Estados Unidos em 2019* (Silva 2020), entre outros trabalhos, que marcam aspectos em relação à periodização do *podcasting*.

Para auxiliar na compreensão da complexidade do *podcasting*, quando arquivos de áudios começaram a se desenvolver de forma automatizada nos anos 2000, empresas de tecnologia e inovação logo promoveram acesso a conteúdos (Kischinhevsky, 2018). O autor (2018) diz que foi naquele período que o produto surgiu no mercado de áudio, todavia ele só vai chamar a atenção de pesquisadores brasileiros em 2005 Acrescentamos que a palavra foi colocada no dicionário americano naquele mesmo ano (Kischinhevsky, 2018). Cinco anos mais tarde, ocorre uma expansão do uso de *smartphones* (Bonini, 2020) e do acesso à internet banda larga, o que propiciou o consumo em escala.

Inicialmente, os podcasts eram, na maioria, sequências de músicas da predileção do internauta ou monólogos que faziam as vezes de audioblogs. Mas, rapidamente, os programas/episódios passaram a se sofisticar, mesclando locuções, efeitos sonoros, trilha, emulando o que era veiculado em ondas hertzianas ou mesmo, ocasionalmente, introduzindo formatos inovadores (Kischinhevsky, 2018, p.77).

Um ano depois, a Universidade de Oxford oferecia 245 *podcasts* gratuitos (Bonini, 2020); no mesmo ano, a BBC produziu 263 *podcasts* e 977 programas (Silva e Santos, 2020). A Rádio Pública Americana (National Public Radio - NPR) desempenhou um papel fundamental na divulgação do *podcast Serial* em *mainstream* em 2014, (Kischinhevsky, 2018). Também o aumento no consumo foi cada vez mais perceptível em 2016, quando 40 mil *podcasts* rodaram o mundo (Kischinhevsky, 2018). No Brasil, com a segunda colocação de utilização de *podcast* na escala mundial em 2018 (Alpino *et al.*, 2022, p.4-5), o cenário inspirou emissoras como a Globo a investir no produto. A terceira geração ou “ano de ouro

dos *podcasts*” ocorreu em 2019 (Silva e Santos, 2020). Naquele momento, a Globo entrou com toda a energia no mercado e, em pouco tempo, o país chegou à marca de 17 milhões de ouvintes de *podcasts* (Júnior, 2021), com um salto para 41 milhões, após a pandemia de coronavírus (Janone, 2022).

O quadro 14 demonstra uma proposta de evolução entre os anos 2000 até 2022, em momentos que foram importantes para a consolidação do *podcasting* no mercado da comunicação, com base nas pesquisas citadas.

Quadro 14 – Descrição teórica de fragmentos da evolução dos *podcasts*

Linha de transformação do <i>podcast</i> :	
Periodização:	Características:
2000	Arquivos digitais de áudios (RSS e Atom). (Kischinhevsky, 2018)
2004	Surgimento do <i>podcasting</i> . (Silva e Santos, 2020)
2005	Objeto de estudos na esfera acadêmica. (Kischinhevsky, 2018)
2005	<i>Podcast</i> ganha como “A Palavra do Ano” no Oxford English American Dictionary. (Bonini, 2020)
2008	Menção de artigos em jornais crescem. (Bonini, 2020)
2010	Expansão expressiva pelo uso dos smartphones e internet em banda larga. (Silva e Santos, 2020)
2011	Lançamento de plataforma de <i>podcasts</i> (Radio Ambulante). (Kischinhevsky, 2018)
2012	Segunda era de ouro do <i>podcasting</i> nos EUA. (Bonini, 2020)
2013	Universidade de Oxford oferecia 245 <i>podcasts</i> gratuitos. (Bonini, 2020)
2013	BBC produz 263 <i>podcasts</i> e 977 programas. (Silva e Santos, 2020)
2014	Lançamento da plataforma colaborativa <i>podcasting</i> Radiotopia. (Bonini, 2020)
2014	Programa Serial no mainstream, divulgado pelo rádio público (National Public Radio - NPR). (Kischinhevsky, 2018)
2015	<i>Podcasts</i> contavam com 620 mil assinantes. (Kischinhevsky, 2018)
2015	O lançamento do <i>podcast</i> Plataforma Pública de Rádio (NPR). (Kischinhevsky, 2018)
2016	40 mil <i>podcasts</i> no mundo, 1400 ativos no Brasil. (Kischinhevsky, 2018)
2017	Radiotopia contabiliza 19 <i>podcasts</i> hospedados. (Kischinhevsky, 2018)
2018	O Brasil fica em 2º lugar em consumo de <i>podcast</i> com (11.842). (Alpino <i>et al.</i> , 2022, p.4-5)
2019	Terceira geração: ano de ouro dos <i>podcasts</i> . (Silva e Santos, 2020)
2019	Anúncio da entrada da Globo em <i>podcasts</i> . (Júnior, 2021)

2019	17 milhões de brasileiros ouvindo <i>podcasts</i> . (Júnior, 2021)
2020	Pandemia e aumento do consumo no Brasil. (Trinca <i>et al.</i> , 2022)
2021-2022	Crescimento de 132% no consumo de <i>podcasts</i> pós-pandemia. (Janone,2022)
2022	41 milhões de brasileiros ouvindo <i>podcasts</i> . (Janone, 2022)

Fonte: Elaborado pela autora.

Após esse percurso, compreendemos o ponto três da lista - que o *podcasting* é “uma prática cultural” (Bonini, 2020) - assim como a economia política movimentou o mercado financeiro do rádio, o *podcasting* entra nessa fatia quando está relacionado com “estudos de mídia, culturais e de economia política” (Bonini, 2020, p.19). Os movimentos que o *podcasting* constrói dentro, das esferas sociais, pertencem às mudanças culturais do cotidiano.

Assim, a pesquisadora Oliveira (2018) utilizou o conceito de tecnicidade de Martín-Barbero (1997) para entender “as historicidades da linguagem sonora” para buscar uma articulação entre “mensagem, o meio e a audiência” (Oliveira, 2018, p. 48). As mudanças culturais vão alterar as formas de consumo midiáticos nas remediações de produtos, como acontece no *podcasting*. Se o hábito de assistir televisão foi adaptado devido ao consumo de séries ou de notícias rápidas na mesma televisão, Martín-Barbero (1997) identifica como a transformação vai acontecer em relação à qualidade de conteúdo para atrair esse usuário e não apenas como o período que investiria estaria, na prática, de acordo com “a demanda das diferentes classes sociais” (Martín-Barbero, 1997, p.301). O autor latino-americano enxerga o rádio como meio popular e influenciador de identidades sociais acreditando na pluralidade e setorização dos públicos, como acontece na atualidade com o *podcast*. Nessa reflexão, no final dos anos 1980, quando a expansão da tecnologia impactou o mercado da comunicação, Martín-Barbero (1997) apontava a relevância que o serviço de informação viveria no mercado e o fim para aqueles que não acreditassem na evolução tecnológica.

O surgimento de tais tecnologias na América Latina se inscreve, em todo caso, num velho processo de esquizofrenia entre modernização e possibilidades reais de apropriação social e cultural daquilo que nos moderniza. Informatização ou morte! - é o lema de um capital em crise, precisando com urgência vital expandir o consumo de informática (Martín-Barbero, 1997, p.253).

Martín-Barbero (1997), quando menciona as práticas comunicacionais, dialoga, por diversos momentos, não só com a sociabilidade e as complexas interpretações tecnológicas, mas também com as relações dos meios massivos. Barbero (1997) identifica novos formatos de existência, pertencimento, enunciação social e cultural em novos meios. Sendo assim, o

pensamento é direcionado ao raciocínio a fim de entender a cultura popular a partir das massas, no processo de aprender como a massificação funcionaria na América Latina.

Assim, pensar o popular a partir do massivo não significa, ao menos não automaticamente, alienação e manipulação, e sim novas condições de existência e luta, um novo modo de funcionamento da hegemonia. Por isso, frente à crítica da massificação, tem-se o direito de perguntar, com A. Signorelli, se o que se rejeita é o que há nela de opressão e domínio, ou o que ela comporta de novas formas de relação social e conflitividade. O que importará, então, mais ainda que a denúncia, será tratar de compreender como a massificação funciona aqui e agora, os traços históricos próprios desse processo na América Latina. (Martín-Barbero, 1997 p.310).

Em contraponto, no entendimento de Bonini (2020), quando se aborda o *podcasting* como uma prática cultural, o pesquisador compreende a transformação que o produto enfrentaria, não apenas como um meio amador mas também como um meio de massa. Nesse ponto, o *podcasting* recebeu um grande apoio da Rede Nacional de Rádio Americana (NPR) para atingir ouvintes, fato que não se enquadra na realidade brasileira. Com a praticidade de smartphones e com o acesso à internet banda larga, como foi exemplificado anteriormente, a propagação de *podcasts* também se tornou massiva e rentável.

Com esse mix de novas tecnologias de distribuição (*podcasting*) e de escuta (smartphones) que se uniram a redes sociais baseadas em som (Soundcloud, Mixcloud, Spreaker e Stitcher, pertencente à Deezer) e novas plataformas de financiamento coletivo (Kickstarter, Indie Go Go), as bases para a criação de um mercado independente para o *podcasting* estavam estabelecidas. Dentro desse novo mercado, novos modelos de negócios emergiram, baseados numa mistura de doações, financiamento coletivo, patrocínios e publicidade. (Bonini, 2020, p.25-26).

Tais práticas alternam os modos de pensar dos setores econômicos, tanto que, nos Estados Unidos, o investimento financeiro obteve retorno, porém esse cenário é oposto ao do Brasil: “a monetização dos *podcasts* nos pareceu mais desenvolvida nos Estados Unidos, país onde as produções analisadas contêm, em sua grande maioria, publicidade, em detrimento do baixo índice de produções patrocinadas no Brasil” (Santos e Silva, 2020, p.74).

Por dez anos, o *podcasting* foi sub-investigado e sobre-enfatizado como uma tecnologia libertadora por estudiosos de mídia, com a exceção de Jonathan Sterne. Agora que aparentemente estamos entrando numa nova fase, mais mainstream, de sua curta vida, este artigo argumenta que o *podcasting* deve ser visto como um meio digital massivo em si, não como uma alternativa à radiodifusão, nem como uma renovação de sua forma, com novos mercados emergentes e modelos de negócios, bem como um crescente número de ouvintes e produtores. (Bonini, 2020, p.19).

Nessa convergência de sentidos, as lógicas da cultura da convergência vão definir práticas além da produção e do consumo consideradas pelas atualizações tecnológicas e operar na “transformação cultural, à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos midiáticos dispersos” (Jenkins, 2008, p.28). Por fim, o *podcasting*, como prática cultural, impacta desde o mercado financeiro até os processos de identidade e de transformação social de classes.

Para concluir a abordagem de definições do *podcasting*, o ponto quatro vai tratar do “vínculo contemporâneo” (Santos e Silva, 2020). A compreensão está baseada na vinculação social e no contrato de leitura operado entre rádio e receptores. No *podcasting*, o vínculo contemporâneo vai acontecer pela aproximação da produção temática de cada *podcast*, assim como pela identificação de determinado grupo de ouvintes com programas radiofônicos. A audiência do *podcasting* se torna segmentada pela divisão dos conteúdos. Esse vínculo recente é o fator que determinará a sobrevivência do *podcast*, independentemente do gênero. Na pesquisa de Silva e Santos (2020), que identificou a popularidade de *podcasts* dos Estados Unidos e Brasil, observou que *podcasts* de debates e entrevistas são os mais procurados pelos brasileiros.

No Brasil, o formato que se consagrou como o mais popular entre os podcasts analisados, com pelo menos nove ocorrências, é aquele que prioriza o debate entre os apresentadores e eventuais convidados especiais. Esse formato é bastante livre, podendo ter características diferentes a cada programa, e independe do tema ou temas discutidos, além de se mesclar ao formato das entrevistas. (Santos e Silva, 2020, p.61).

Ainda conforme Santos e Silva (2020), o tempo de consumo de episódios de *podcasts* é significativo por duas razões hipotéticas: a) pela possibilidade de ouvi-los enquanto se realizam outras tarefas; e b) pela abordagem de temáticas não corriqueiras em outros meios, como o rádio. É nesse ponto de segmentação que chegaremos à discussão sobre práticas de produção de *podcasts* brasileiros, na sequência.

Por fim, assim como a ascensão da tecnologia propicia o pertencimento da sociedade na construção de comportamento digital, a apropriação de meios para interpretação de sentido vai atingir também grupos socialmente segregados. Como é explicado por Primo (2005), em relação à pertinência de *podcasters*, não se trata de um lugar romântico de democratização dos meios de comunicação. No entanto, pontuamos o pertencimento de grupos excluídos nas tomadas de decisão, apesar da existência em massa, como é o caso da comunidade negra no Brasil. Tal pertencimento perderia a relevância caso o racismo estivesse desconstruído no

país, todavia notamos a necessidade de resistência e de insistência da existência desse grupo nas novas interpretações realizadas no século XXI.

Apontamos, portanto, neste subcapítulo, a mídia sonora na comunicação brasileira especialmente suas transformações de produção e consumo, com o crescimento das plataformas de *streaming*. Debateremos essas alterações nas formas de promover e de receber conteúdo, como acontece com os *podcasts* na contemporaneidade e pontuamos as especificidades da ferramenta. Com base nisso, visto que o foco dessa pesquisa é a produção de *podcasts* por mulheres negras, trataremos deste tema no subcapítulo 3.2.

3.2 As mulheres negras brasileiras na mídia sonora e nos *podcasts*

Delimitando os passos da nossa investigação, tratamos neste subcapítulo, das mulheres negras na mídia sonora e nos *podcasts*. Marcar a trajetória desse grupo, as mulheres negras, por meio de atravessamentos de resistência, coloca-as como “sujeitos políticos produzindo discursos contra-hegemônicos” (Ribeiro, 2019, p.18).

Em 1980, feministas negras trabalhavam contra o racismo e levantavam questões de raça no movimento feminista, estruturado a partir de ideias de mulheres brancas de classe média, como alternativa ao “feminismo”. Naquela época, um termo foi desenvolvido para distinguir as raças das mulheres: “a escritora norte-americana Alice Walker desenvolveu o termo “mulherismo” para descrever uma feminista negra” (Mccann *et al*, 2019, p.190). Foi, naquele período, que mulheres integrantes do movimento de feministas negras - do qual participavam ativistas como Angela Davis, Alice Walker e Maya Angelou - começaram a trabalhar com obras críticas de revolução e de resistência. No final da década, a feminista também norte-americana Kimberlé Williams Crenshaw desenvolveu o conceito “interseccionalidade” ou pensamento interseccional, que foi impulsionado na academia.

Esse instrumento “identificou as formas como cada classe, raça e gênero interagem e criam múltiplas opressões, particularmente para as mulheres mais marginalizadas na sociedade, como indígenas e negras” (Mccann *et al*, 2019, p.191). Outro agravante correspondia à baixa escolaridade e à falta de trabalho decente que deixava o silenciamento gritante (2019). Segundo a autora bell hooks³, em *E eu não sou uma mulher?*, as vozes das mulheres negras liberacionistas dos Estados Unidos foram silenciadas em 1920. Desse modo,

³ bell hooks, por mais que seja um nome próprio, se escreve em minúsculas, pois é o pseudônimo escolhido pela Gloria Jean Watkins, o nome verdadeiro da autora, em homenagem à sua avó. O nome escolhido, grafado em minúscula, é um posicionamento político da recusa egóica intelectual. hooks queria que prestássemos atenção em suas obras, em suas palavras e não em sua pessoa (Caruso, 2021).

elas aprenderam a aceitar o sexismo como algo natural, como uma realidade e um fato da vida (Hooks, 2020 p.22). Estruturalmente, a caminhada das mulheres negras é impactada pelo sistema político e social. Esse grupo enfrenta a quebra de barreiras históricas, o racismo e o sexismo desde o período escravocrata. bell hooks explica na obra que usar o termo “pessoas negras” refere-se aos “homens negros”. Quando se fala em “mulheres”, são as “mulheres brancas”, revelando que ocorre a desconsideração das delimitações das mulheres negras. A importância de abordar alguns pontos de resistência das mulheres negras mostra os processos sociais e políticos enfrentados estruturalmente pelo grupo para entender os motivos que dificultaram o pertencimento de mulheres negras na sociedade e especialmente na comunicação.

Mas quais são as especificidades das mulheres negras no Brasil? As particularidades desse cenário são discutidas por González (2020); Evaristo (2016); Piedade (2017); hooks (2022); Corrêa (2019) e Carneiro (2011). As observações apontadas aqui farão uma relação entre vivências de séculos passados até apontamentos em relação à mulher negra na atual comunicação. Algumas características “classificadas como comuns” se repetem ou aparecem em determinados momentos da escrita dessas mulheres, seja no compartilhamento de experiências em primeira pessoa, na análise de textos acadêmicos seja nos aspectos que marcam os processos históricos da comunidade negra. A principal particularidade que as mulheres negras carregam reside na construção do discurso sobre a raça negra, que pode ser definida não somente pela cor da pele, características fenotípicas, mas também pelas construções simbólicas de raça e pela diferença. Todavia, o gênero feminino é uma segunda característica de reflexão, quando a contestação se trata de feminismo, no que diz respeito ao movimento de mulheres como um todo.

Segundo Munanga (2004), raça é o que classifica e distingue a diversidade humana em grupos formados por pares semelhantes, por isso é denominado de raça. Ainda, segundo o autor, “no latim medieval, o conceito de raça passou a designar a descendência, a linhagem, ou seja, um grupo de pessoas que têm um ancestral comum e que, *ipso facto*, possuem algumas características físicas em comum” (Munanga, 2004, p.1). Com base no autor, definimos a importância de especificar que esta pesquisa se refere às problemáticas enfrentadas pela raça negra, sem desconsiderar a relevância de outras raças.

No século XVIII, a cor da pele foi considerada como um critério fundamental e divisor d'água entre as chamadas raças. Por isso, que a espécie humana ficou dividida em três raças estancas que resistem até hoje no imaginário coletivo e na terminologia científica: raça branca, negra e amarela. (Munanga, 2004, p.2).

Nesse sentido, as especificidades de mulheres negras brasileiras estão relacionadas principalmente com as vivências históricas iniciadas por ocasião da retirada do povo negro de seu lugar de origem, quando foi escravizado e levado para outros países. A abordagem vai carregar aspectos históricos, políticos, econômicos, sociais e culturais, pois, em diversos setores dessas categorias, as mulheres negras contemporâneas, permanecem sendo impactadas. O ponto histórico que precisa ser mencionado, quando se quer tratar da mulher negra, é o seu passado, período que foi marcado pela escravidão no Brasil (González, 2020).

Foram os homens e as mulheres negras que trabalharam para que o Brasil se tornasse um país rico e próspero: não por vontade própria, mas porque cerca de quatro milhões deles foram escravizados (Bento, 2002) entre 1530 e 1850. Esse trabalho de desenvolvimento de pensar o país durou cerca de quatro dos cinco séculos da nossa história, já que o Brasil prosperou sob a égide da escravidão negra. Ressaltamos que o principal produtor de riquezas foi o trabalhador negro (Bento, 2002, p.52). A autora (2002) pontua que os escravizados trabalhavam cerca de 16 horas por dia, sob péssimas condições de trabalho, recebendo alimentação precária, tanto que os integrantes desse grupo viviam cerca de 10 anos, devido ao alto índice de mortalidade. Conforme Bento (2002), somente em 1930, é que acontece a inclusão do negro no mercado de trabalho, embora ainda de forma precária em São Paulo.

A exposição desse breve contexto, relacionado à escravidão é importante para pontuar as vantagens que a população branca herdou com todos esses fatos. Não basta mencionar apenas as desigualdades, mas também a “omissão e o silêncio” nas manifestações discriminatórias da branquitude.

Tudo é atribuído a um passado escravo, ou seja, é legado inexorável e hermético de uma história na qual os brancos parecem ter estado ausentes. Evitar focalizar o branco é evitar discutir as diferentes dimensões do privilégio. Mesmo em situação de pobreza, o branco tem o privilégio simbólico da branquitude, o que não é pouca coisa (Bento, 2002, p.28).

Não obstante os registros, o que a escritora Cida Bento detalha é que, apesar do final do período da escravatura, a população negra afro-brasileira ainda enfrenta diversas problemáticas.

O fim da escravatura não deu lugar ao fim dos problemas do povo brasileiro, menos ainda aos seus beneficiários, os descendentes de africanos no Brasil. A causa da liberdade de 1888 é tão mais urgente em 1988, na medida em que, antes como agora, os fatos não se resumem em criar uma “figura jurídica” para solucioná-la. Também

não está em “abolir”, mas sim em “fazer” condições para que “haja” liberdade e cidadania. (Nascimento, 2021, p.79).

Em 1930, o Brasil almejava a formação de uma sociedade ideal, de preferência sem a população não-branca: “O que significa isso? Significa que a ideologia dominante na sociedade brasileira, no final do século XIX até os anos 1930, embora se perpetue até os dias de hoje, era justamente embranquecer a sociedade brasileira” (González, 2020, p.245). Foi nessa fase que surgiram os estudos sociológicos que defendiam uma “democracia racial”. Essa “democracia racial”, no entanto, era construída por meio da violência sofrida por mulheres negras vítimas seus senhores brancos. Naquele tempo, as mulheres negras também trabalhavam em áreas urbanas para auxiliar no sustento da família. O trabalho ocorria tanto em áreas rurais quanto dentro da casa de famílias brancas, como explica hooks (2022): “As mulheres negras costumavam trabalhar com os homens negros, inclusive nas colheiras, às vezes, pois não havia dinheiro para contratar trabalhadores. Mas na maior parte do tempo, o trabalho delas era o de criar um lar [...]” (Hooks, 2022, p.79).

As mulheres negras já trabalhavam na classe operária nos anos 1950, geralmente forçadas a cumprir uma sobrecarga de atividades, em relação que incluía não somente trabalho externo, mas também a demanda familiar, logo tinham poucas horas de descanso, já que estavam submetidas às hierarquias de poder, gênero e raça, que eram muito bem estabelecidas.

Com isso, a mulher negra praticamente perdeu seu lugar na classe operária ou, no máximo, tentou penetrar em outros setores primários como a indústria de roupas ou de alimentos, onde seria a grande minoria (o processo de seleção racial também atua nesse setor, ou seja, a operária branca ou “morena” sempre tem melhores possibilidades que a negra). (González, 2020, p.41).

Ainda em relação ao trabalho, González (2020) explica a diferença entre a atuação do mercado na perspectiva do olhar da negritude e como o desemprego atinge a população negra associada às disparidades salariais no misto de disputa da diversidade, o que se reflete também no século XXI. A autora elenca três tipos básicos de processo produtivo do mercado de trabalho na América Latina. Ela entende que estes três tipos (A, B e C) correspondem a fases de trabalho, analisando a zona rural e urbana, desde comunidades indígenas até os assalariados.

Aqui, a categoria “raça” acaba por se diluir numa temática econômica (economicista, melhor dizendo), uma vez que a discriminação não passa de um instrumento manipulado pelo capitalista que visa, mediante a exploração das

minorias raciais, dividir o operariado. A solução seria a aliança entre trabalhadores de diferentes raças. No entanto, bastaria, para comprovar a fragilidade de tal posicionamento, o caso extremo de clivagem entre o operariado afrikcaaner e o operariado negro da África do Sul. (González, 2020, p. 32).

Entre as décadas de 1970 e 1980, quando o feminismo tomou forma, as singularidades entre os tipos de mulheres começam a se evidenciar. Os primeiros coletivos de informações específicas da comunidade negra formam estruturas, tais como o surgimento e o fortalecimento dos movimentos feministas negros. A desigualdade ocorria ainda entre as necessidades dos eixos de gênero masculino e feminino e de raça branca e negra.

Entre os anos 1970 e meados dos anos 1990, o debate hegemônico dentro do feminismo brasileiro tinha como eixos centrais classe e sexo/gênero. Outros temas, inclusive raça, eram considerados secundários em uma agenda política em prol da igualdade das mulheres em relação aos homens, do retorno da democracia no Brasil e de mecanismos para mitigar desigualdades socioeconômicas. (Rodrigues; Freitas, 2019, p.89).

Entretanto, não foi somente a luta pela igualdade e direitos exigidos pelas mulheres brancas pertencentes ao feminismo que soou de maneira individual em relação às carências das mulheres negras, naquele momento. Os homens negros, por exemplo, se tornaram símbolos da negritude, como protagonistas, à frente das mulheres.

Assim como nos movimentos feministas ocorrem, de maneira recorrente, certos modos de tornar central a experiência de mulheres brancas de classe média como paradigma universal da categoria de mulher, existe, nos movimentos negros, uma tendência a referenciar o homem negro como signo normativo e protagonista da negritude. Essa constituição, contestada pelas mulheres negras nas duas referidas frentes de confronto, está ancorada em uma abordagem isolada dos eixos de opressão socioestrutural, que combate apenas um deles enquanto reproduz as demais dimensões do poder normativo (Furtado *et al.*, 2019, p.184).

Em vista disso, analisando as especificidades que diferenciam as mulheres negras das mulheres brancas, autora Vilma Piedade, interpreta que a dor é um sentimento que aproxima o coletivo. Vilma desenvolve o conceito “dororidade” do ponto de vista da mulher negra: “dororidade trata, tanto no seu texto quanto no subtexto, das violências que nos atingem a cada minuto” (Piedade, 2017, p.14). Enquanto “sororidade” trata da irmandade do movimento feminista, sobretudo de mulheres brancas, a pesquisadora defende a ideia de que o termo não é suficiente para dar conta de todos os problemas que as mulheres negras enfrentam. Para Vilma (2017), as mulheres e as jovens negras não são iguais, porém o feminismo é “um projeto único, moldado para a mulher branca, ocidental, de classe média, instruída” (Piedade, 2017, p.12). Quem disse que as mulheres negras são as mais “gostosas e quentes” foram os

“machistas, racistas e classistas”, conforme enfatiza a autora (2017). Pois, se configura como violência sexual, e os dados brasileiros comprovam os índices de abusos a mulheres negras: “Foi-se a abolição inconclusiva, e a carne preta ainda continua sendo a mais barata do mercado” (Piedade, 2017, p.14). A pesquisadora aponta que os variados atributos da sororidade questionam os privilégios e as abrangências de sentido.

A Sororidade ancora o Feminismo e o Feminismo promove a Sororidade. Parece uma equação simples, mas nem sempre é assim que funciona. Apoio, união e irmandade entre as mulheres impulsionam o Movimento Feminista. Mas, podem surgir questões como: O conceito de Sororidade já dá conta de Nós, Jovens e Mulheres Pretas... ou não? (Piedade, 2017, p.16).

A autora explica que dororidade vem de dor e acontece nas associações de significados entre os conceitos, os quais revelam que a “fala silenciada” e a “dor causada pelo racismo” é a “dor preta”. Para ela, pertencimento é um lugar de fala pessoal, voltado para o eu, de acordo com ensinamentos dos ancestrais: “eu falo de um lugar marcado pela ausência, pelo silêncio histórico. Pelo não lugar. Pela invisibilidade do Não ser, sendo” (Piedade, 2017, p.17). Ou seja, “dororidade carrega, no seu significado, a dor provocada em todas as Mulheres pelo Machismo. Contudo, quando se trata de Nós, Mulheres Pretas, têm agravo nessa dor. A Pele Preta nos marca na escala inferior da sociedade” (Piedade, 2017, p.17).

A pesquisadora detalha que somente a cor da pele pode justificar a intensidade dessa dor que dá sentido ao novo conceito. Na verdade, ele é novo em termos linguísticos, mas velho em relevância, já que “a Dor – mas, neste caso, especificamente, a Dor que só pode ser sentida a depender da cor da pele. Quanto mais preta, mais racismo, mais dor” (Piedade, 2017, p.17). O racismo mencionado na fala de Piedade (2017) é outro preconceito que as mulheres negras enfrentam tanto que o termo é recorrentemente abordado pelas autoras que servem de base a este subcapítulo. Então, o que significa racismo e por que esse tipo de discriminação impacta diretamente a vida de mulheres negras? Para Shakuntala Banaji (2019), que define conceitos de racismo e orientalismo, tratando de duas ações que convergem. Racismo é gerado por práticas discriminatórias, principalmente ideológicas, que diferem acusações e acusados, ou seja, são geralmente provocadas pela superioridade pertencente a uma raça sobre indivíduos de outras raças (Banaji, 2019).

O racismo pode ser definido como uma forma de discriminação sistemática, ideologicamente motivada, nas dimensões material e discursiva, baseada em uma crença consciente ou inconsciente na superioridade dos membros de uma “raça” – geralmente caucasianos, de pele “branca” – sobre membros de outras “raças”. (Banaji, 2019, p. 37).

Já orientalismo é:

O conceito de orientalismo proposto pelo pesquisador árabe-americano Edward Said (2003 [1978]) se distancia de uma tradição hipodérmica, que pressupõe uma conexão imediata de causalidade entre casos individuais de representações e comportamentos racistas, aproximando-se de uma tentativa de teorizar sobre o papel de legitimação social e as consequências históricas dos sistemas de produção de conhecimento racista sobre o Oriente [...] (Banaji, 2019, p. 37).

Racismo e orientalismo são discutidos dentro de uma lógica do comportamento colonial, tanto que os registros apontam que os europeus nos “séculos XVIII e XIX escravizaram os outros”, os negros, “nas colônias da Ásia, na África e na América do Sul” e assim a proposta de superioridade se desenvolve dentro da esfera de poder (Banaji, 2019, p.38).

Um profundo senso de superioridade racial estava enraizado nas práticas, nos hábitos e nas descrições orientalistas feitas pelos exploradores, cientistas, comerciantes, soldados, administradores, escritores, pintores, pesquisadores e professores ocidentais coloniais e imperiais (Banaji, 2019, p. 38).

Esses “outros” apontados no texto são os “não-europeus” que se tornavam vítimas do poder de quem se utilizava do conhecimento para moldar e coordenar a população, por vezes com apoio de meios de comunicação de massa (Banaji, 2019). No contexto do racismo, perante o impacto na estrutura da mulher negra, tal preconceito impede que a voz do coletivo seja perpetuada.

Consequentemente, é infantilizado, não tem direito a voz própria, é falado por ele. E ele diz o que quer, caracteriza o excluído de acordo com seus interesses e seus valores. No momento em que o excluído assume a própria fala e se põe como sujeito, a reação de quem ouve só pode se dar nos níveis acima caracterizados. (González, 2020, p.43).

O racismo impacta, de forma substancial, toda a trajetória da comunidade negra, sobretudo o pertencimento das mulheres negras. Sendo assim, a discriminação será refletida na disparidade salarial (González, 2020), na produção científica (Carneiro, 2011) - colocada em dúvida, quando abordada na voz de uma pessoa negra -, na comunicação (Carneiro, 2011), na exclusão social (Piedade, 2017), nas políticas públicas (Hooks, 2022), no fracasso coletivo (Borges, 2019), na violência contra a mulher negra (Rodrigues; Freitas, 2019). Entre outras consequências, causa mortes: “o racismo nos mata fisicamente, mas, também,

simbolicamente” (Corrêa *et al.*, 2019, p.203). Diante desses fatores, o Brasil acredita ser essencialmente influenciado pelo “mito da democracia racial”, já que nega o racismo existente. Sendo assim, igualdade racial é uma “utopia” (Piedade, 2017, p. 21).

O racismo não conta com o aval de nenhum órgão público. Pelo contrário, as eventuais manifestações racistas são punidas na letra da lei. Alguém reconhece que é do Brasil que a revista fala? Assiste-se, portanto, nesse momento, a um novo tipo de ativismo: um suposto antirracismo que se afirma pela negação do racismo existente (Carneiro, 2011, p. 40).

Portanto, os efeitos do preconceito racial serão reflexos percebidos pelas pessoas que correspondem ao grupo da raça negra. Ademais, é praticado de acordo com sistemas hierárquicos estruturais: [...] “o racismo é uma desordem sistêmica que atinge a vida de todos, sobretudo a das pessoas de cor, em algum momento” (Hooks, 2022, p.100), pois ele não acabou e segue sendo utilizado como forma de opressão ao povo negro.

Muitas pessoas em nossa nação, em especial os brancos, acreditam que o racismo acabou. Assim, quando os negros tentam dar voz a dor do racismo que sofrem, somos acusados de usar a raça para a “vitimização”. E existem poucos, se existem, espaços públicos onde os negros podem expressar o seu medo da branquitude, seja esse medo gerado por um estado de espírito racional ou irracional (Hooks, 2022, p.120).

A construção do imaginário de uma civilização não-branca, ou equilibrada fenotípicamente vem causando diversas críticas entre autores antirracistas, desde a década de 1930. Tal construção pode ser definida como “democracia racial”, teoria desenvolvida pelo sociólogo Gilberto Freyre, considerada como “mito” quando é utilizada para justificar condições de privilégios e hierarquias entre as raças. O termo democracia racial foi utilizado pelas autoras, diversas vezes, para conceituar práticas, como a justificativa de abuso sexual em mulheres negras; a invisibilidade na imprensa (Fernandes, 2019); o discurso de igualdade (González, 2020); entre outros casos, como a miscigenação brasileira. Tal termo foi entendido como “suporte” da teoria da democracia racial, com base no objetivo comum de embranquecimento da população.

Em primeiro lugar, a miscigenação vem dando suporte ao mito da democracia racial, na medida em que o intercurso sexual entre brancos, indígenas e negros seria o principal indicativo de nossa tolerância racial, argumento que omite o estupro colonial praticado pelo colonizador sobre mulheres negras e indígenas, cuja intenção está sendo revelada pelas novas pesquisas genéticas [...] (Carneiro, 2011, p.66).

A miscigenação, de acordo com Carneiro (2011), vai impactar o processo de identidade da comunidade negra, como se verifica nas nomenclaturas do IBGE de identificação de pretos e pardos; nas estéticas de definição de qualidade de um cabelo liso, para um cabelo crespo; em quem apresenta “boa aparência” para determinada posição, entre outras características.

Nesta lógica de identidade, Carneiro (2011) aponta o significado de pardo:

No termo “pardo” “cabem os mulatos, os caboclos e todos os que não se consideram brancos, negros, amarelos ou indígenas”. Todos os que não se desejam negros, amarelos ou indígenas encontram uma zona cinzenta onde possam se abrigar, se esconder e esquecer de uma origem renegada (Carneiro, 2011, p.64).

E evidencia como o racismo vai denominar os negros nessa cadeia social:

Branco, não. São individualmente, são múltiplos, complexos, e assim devem ser representados. Isso é demarcado também no fenotípico, em que se valoriza a diversidade da branquitude: morenos de cabelos castanhos ou pretos, loiros, ruivos são diferentes matrizes da branquitude que estão perfeitamente incluídos no interior da racionalidade branca [...] (Carneiro, 2011, p.71).

Outra especificidade observada entre a comunidade branca e negra está ancorada no privilégio social de raça. Não ser confundido pela polícia pelas ruas, não demonstrar medo dentro de um supermercado, não ser identificado como um profissional de determinada profissão inferior economicamente, não ser questionado por determinadas explicações de existência são alguns fatores que singularizam as vivências que indivíduos da raça negra enfrentam no cotidiano. Tais práticas promovem barreiras de acesso não só às cadeiras de locução de rádio, às posições de poder, à bancada de um telejornal de grande audiência, mas também na definição de um proprietário ou locatário de um imóvel, etc. A segregação também é percebida no sistema econômico, pois quem possui poder ocupa esses espaços de maior “privilégio” e “segurança” como se a população “pobre” vivesse na marginalidade por estar em espaços que são mais baratos ou desvalorizados pela maioria das esferas brasileiras.

O privilégio racial é um dos pontos-chave dessa posição, uma vez que ele evidencia como, em todos os níveis, o grupo branco foi o beneficiário da exploração dos grupos raciais. Os aspectos culturais e políticos das relações raciais demonstram como o branco afirmou sua supremacia às expensas e em presença do negro (González, 2020, p, 32).

O privilégio de ser branco influencia na construção de sentido da formação do indivíduo negro na sociedade já que é alimentado pelas convergências históricas e sociais.

Afinal, são as lideranças femininas negras que atuam nos processos de cobrança política, nas denúncias de práticas racistas, na inserção de protagonismo negro na sociedade brasileira reivindicando seus direitos em inúmeros setores e participando de processos não só de inserção da cultura afro-brasileira, mas também de reinvenção social e comunicação.

Os afro-brasileiros têm um desafio de conquistar políticas públicas que possam promover relações raciais igualitárias e reverter as desigualdades historicamente acumuladas; isso afro-americanos que atingiram o maior grau de desenvolvimento entre os negros da diáspora africana defrontam-se com a necessidade de enfrentar os limites das conquistas obtidas pelo movimento de direitos civis; os negros sul-africanos que derrotaram *apartheid* de conquistar o poder político de seu país têm a missão de superar a desigualdade racial produzida pelo brutal regime sul-africano (Carneiro, 2011, p. 143).

Portanto, para a conclusão da apresentação de conceitos de algumas especificidades que alimentaram a trajetória das mulheres negras no Brasil, com base nas autoras que servem de referência a este subcapítulo, questionamos: Em épocas de antirracismo, por que os negros não crescem econômica ou socialmente? A resposta pode ser definida por Lélia Gonzalez (2020):

Em termos de manutenção do equilíbrio do sistema como um todo, ele é um dos critérios de maior importância na articulação dos mecanismos de recrutamento para as posições na estrutura de classes e no sistema da estratificação social. Desnecessário dizer que a população negra, em termos de capitalismo monopolista, é que vai constituir, em sua grande maioria, a massa marginal crescente. Em termos de capitalismo industrial competitivo (satelitizado pelo setor hegemônico), ela se configura como exército industrial de reserva (González, 2020, p. 35).

Em vista disso, destacamos argumentos que conceituam especificidades que as mulheres negras enfrentaram ou ainda enfrentam na estruturação de identidade e de voz no Brasil.

Indicados os traços desses percursos presença e resistência, de mulheres negras brasileiras em *podcasts*, precisamos abordar a produção de *podcasts* de grupos hegemônicos e minoritários bem como as questões de acesso à produção ao poder e visibilidade. O interesse pelo *podcasting* é constante em diversos países, assim como acontece no Brasil (Vicente, 2018b). A valorização chegou a identificar que, nos últimos anos, a sociedade midiática vivia a “era de ouro” dos *podcasts* consolidando a “cultura de produção e consumo” (Vicente, 2018a, p. 3). Como já foi mencionado neste trabalho, o *podcast*, a cada dia, cresce em número de produção de audiência, caracterizando o *Spotify* como a plataforma mais usada para a utilização desse tipo de áudio (Viana, 2020). A produção de *podcasts* pode ser observada em

profusas áreas, assim como na cultura pop (Gambaro, 2022), nas práticas educativas (Chagas, 2019), na relação com o meio radiofônico (Rellstab, 2022), etc.

O universo dos podcasts é ocupado também por produções muito distintas daquelas aqui descritas, como programas educacionais (especialmente cursos de línguas), de autoajuda (meditação, yoga), fitness, empreendedorismo, marketing pessoal, humor em diversos formatos (stand up, imitação, sátira política, duplas, turmas), mistério (ovnis, conspirações, casos sobrenaturais), crimes, suspense, terror, religião, esportes, música, saúde, entre outras (Vicente, 2018a, p. 20).

Diferentemente dos meios de comunicação de massa e fora dos grandes produtores de *podcasts* do país, no *podcasting* também acontece o acesso e a participação de grupos minoritários, afinal:

[...] em meio a esta expansão, convém lembrar que o podcast surgiu com a possibilidade de que o usuário se transformasse em produtor de conteúdo, o que favoreceria abordagens regionais e de representação social para atribuir voz às comunidades com baixa divulgação nas mídias tradicionais, por exemplo (Cardoso *et al.*, 2022, p.114).

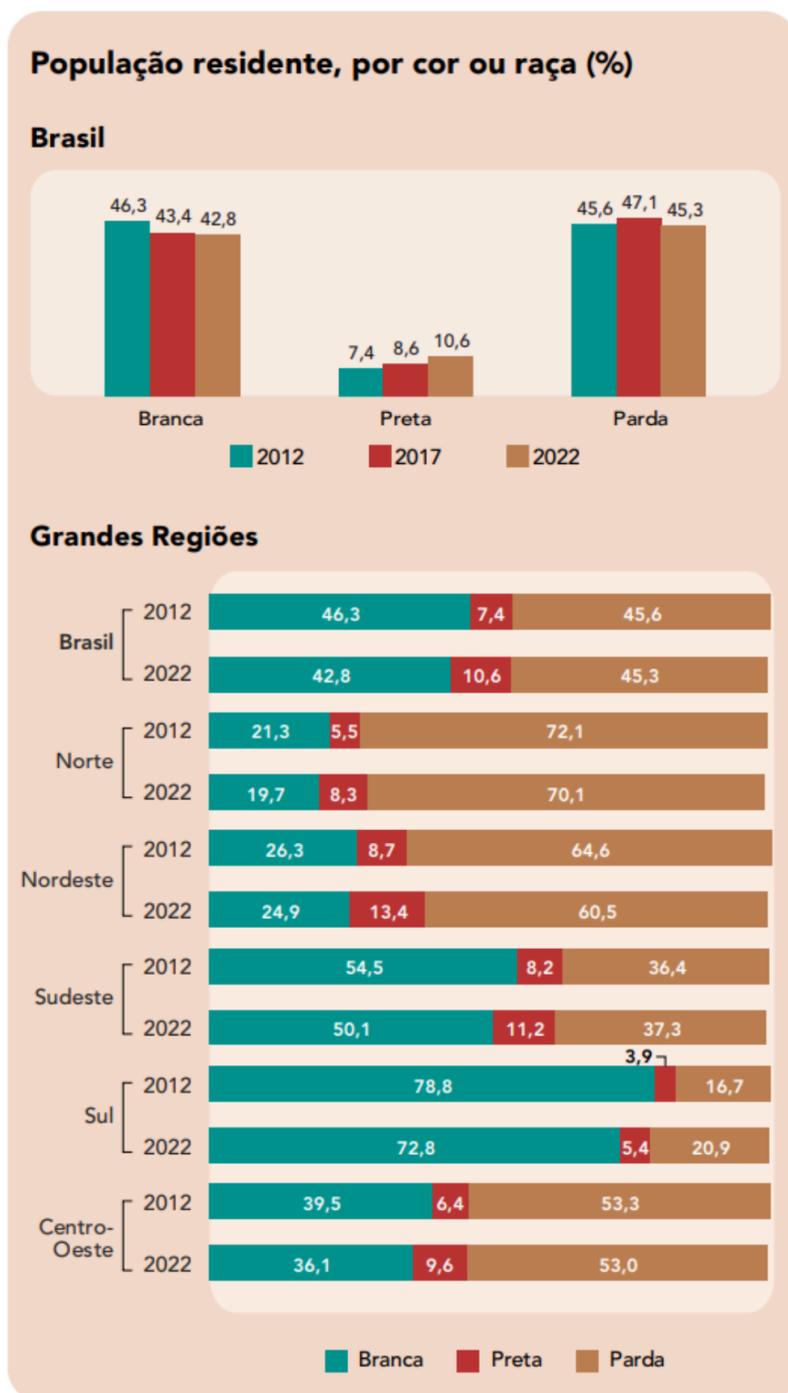
Nesse processo de produção de *podcast* de forma comercial ou amadora, os pesquisadores Cardoso e Villaça (2022) destacam que as políticas de poder já aconteciam no rádio desde 1920. Por consequência do mercado, em alusão à radiodifusão do passado recente, o *podcasting* estaria sendo submetido à lógica dos grupos de poder. Agora, porém, existem novos *players* que se situam na esfera das *Big Tech* (Morozov, 2018) e, portanto, “carregam os traços de sua ideologia e visão de neoliberalismo” (Cardoso *et al.*, 2022, p.122).

Nesse sentido de participação social nas produções de *podcasts*, os povos segregados historicamente correspondem à classificação de “minorias”. Todavia, conforme a visão de Richard Santos (2020), na verdade o grupo pertence a uma “maioria minorizada”. Ele entende que se trata de um dispositivo analítico de racialidade, já que, apesar de os negros serem maioria em quantidade no Brasil, constituem uma comunidade tratada como minoria, segundo argumentos racistas. Então desenvolveu o conceito “maioria minorizada” que “é formada principalmente pela população negra, indígena e sua mescla” (Santos, 2021, p.32).

Propõe-se aqui que ao negar ao imaginário coletivo um conjunto de signos que visibilizem a humanidade e pluralidade do ser não branco, os emissores do discurso midiático se associem aos interesses da minoria que historicamente atua pelo embranquecimento do país, em favor, ainda que não dito verbalmente, mas constatável empiricamente e visualmente, da supremacia branca e burguesa, em detrimento de uma formação nacional plural, equitativa e com valores humanitários estendidos ao que eu classifico como Maioria Minorizada (Santos, 2021, p.32).

Para compreender o ponto de vista da negritude, de acordo com dados do IBGE (Figura 1), o país apresentava, em 2012, 7,4% da população autodeclarada preta; em 2021, o número atinge 10,6%, considerado “o maior aumento entre os grupos raciais brasileiros” (G1, 2023). Ainda, conforme dados do IBGE, 56,1% da população brasileira se autodeclara negra. A Bahia é o estado com maior concentração (G1, 2023), seguido do Rio de Janeiro (Globo, 2022). Já o índice de pessoas autodeclaradas pardas atinge 45,3% do povo brasileiro: “o Brasil é o segundo maior país do mundo em termos de população negra, superado apenas pela Nigéria” (González, 2020, p. 65).

Figura 1 – População residente por cor ou raça em 2022 no Brasil



Fonte: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística [2023].

As vivências que construíram as observações de Santos (2022), acerca de ausências da comunidade negra na mídia de massa ou da representação racista dos sujeitos expostos, se referem principalmente à forma como a televisão influencia a população, na construção de estereótipos.

A televisão como conhecemos em sua criação já não é mais a televisão que temos hoje. A emissão de signos através das plataformas comunicacionais expande o alcance das mídias, mas, não necessariamente, ressignifica a forma da mensagem e a quem ela é encaminhada. Estudos recentes mostram que a Maioria Minorizada continua a parte, excluídos das mensagens emanadas pelos meios. (Santos, 2021, p.32).

O autor explora com o termo “sujeito desidentificado” na perspectiva daquele indivíduo que não tem identificação, pertencente ao cenário desqualificado, construído mediante estereótipos discriminatórios. A invisibilidade do povo negro na mídia portanto,

[...] assim se caracteriza o termo aqui cunhado como Sujeito Desidentificado e que permitirá a compreensão no presente da acelerada eliminação dos corpos negros jovens, a baixa repercussão social midiática e a complacência da comunidade nacional e internacional frente ao caos político-social dos tempos presentes nas Américas e Caribe. (Santos, 2021, p.40).

Os processos que a comunidade negra enfrenta, segmentam, dentro dessa perspectiva de minoria, o acesso à cidadania, às políticas públicas ou aos direitos humanos, o que se reverbera na comunicação de massa.

Pensar a Maioria Minorizada, como algo oriundo da massa de excluídos econômico, social e culturalmente com a anuência dos grandes meios de comunicação, é atuar contra as políticas da inimizade, como cunhou Mbembe (2017), promotoras dos interesses da burguesia branca internacional. (Santos, 2021, p.41).

O livro de Santos (2020) critica a televisão, mas a lógica da ausência pode ser ampliada aos demais meios de comunicação de massa. Logo, pensar o dilema do negro como o único que tem a missão de representar uma geração demonstra ser ele uma outra voz que ocupa determinado espaço “e, mesmo que sejamos a maioria da população brasileira, a presença de pessoas negras ainda é rarefeita em posições de visibilidade e/ou de poder, sobretudo quando esses espaços estão associados ao exercício da intelectualidade” (Corrêa *et al.*, 2019, p.204).

Especificamente, para entender a atuação de mulheres negras na mídia sonora, é preciso ter conhecimento de que o processo também ganha repercussão anteriormente, nas mídias impressa e digital (Woitowicz, 2019). As ondas feministas, nos anos 1980, eram constituídas de grupos de mulheres que lutavam inicialmente pela busca de igualdade social, econômica e legal entre os sexos, mas feministas negras entenderam que as cobranças eram específicas das vozes de quem solicitava os direitos, ou seja, mulheres brancas tinham necessidades particulares em relação às necessidades das mulheres negras (McCann *et al.*,

2019). A terceira e última onda feminista recebia diversas correntes e incluía mulheres trans que lutaram também pela liberdade, ganhando visibilidade em blogs e redes sociais na virada do milênio: “com a retomada de mobilizações da sociedade civil, durante a década de 1980, o movimento de mulheres negras no Brasil ganha expressividade tanto no ativismo negro quanto no feminista” (Sales *et al.*, 2022, p.70). Após esse resgate histórico, observamos que as mobilizações reunidas de forma online seguem abordando discursos através de produtos disponibilizados na *internet*.

Compreender essa trajetória é necessário para compreender as ideias de Torquato (2021) quando aborda a presença de grupos minoritários excluídos da sociedade que se apropriam de ferramentas online de comunicação: “movimentos ativistas, como os feministas, LGBT e negro, por exemplo, têm construído formas de questionar privilégios hegemônicos sobre representações normativas do mundo e disputá-las” (Torquato, 2021, p 2). Nesse sentido, para questionar esse lugar de fala, a autora aponta que minoria seria um grupo sem poder na sociedade (Torquato, 2021). Na lógica da comunicação, as esferas da minoria encontram dificuldades de acesso midiático, tecnológico e de ferramentas de produção e sentido. O rompimento desse silêncio está relacionado à quebra da barreira racista estrutural enraizada na sociedade: “especialmente no que diz respeito à subversão da lógica colonialista de produção de informação e de conhecimento” (Torquato, 2021, p.5). A força dessa manifestação chama atenção também pela utilização de ferramentas de comunicação como o *podcasting*, mas não necessariamente classificando-o aqui como enorme audiência.

Todavia, assim como o *corpus* do estado da arte mostra um baixo número de produções que tratam das mulheres negras na *podosfera* brasileira, percorremos um caminho que pode indicar relações desses silenciamentos. O nome de mulheres negras que lutaram por direitos sociais no mesmo período do movimento feminista, pertence a numerosas forças e grupos sociais negros, que juntos somam resultados significativos na história. A presença das mulheres foi importante para a construção de narrativas antirracistas sociais, o que resulta também na construção da imprensa negra, com apoio e atuação dos Movimento Negro Unificado e do Movimento Negro. Lélia González explica a distinção entre eles:

Quando falamos sobre o movimento negro, estamos nos referindo a um complexo de organizações e instituições herdeiras de um longo processo histórico de resistência pan-africanista e de luta por libertação da comunidade afro-brasileira, sujeita a condições extremas de exploração econômica e opressão racial (González, 2020, p. 72).

E o Movimento Negro Unificado soma a atuação feminina negra:

Em termos de Movimento Negro Unificado, a presença da mulher negra tem sido de fundamental importância, uma vez que, compreendendo que o combate ao racismo é prioritário, ela não se dispersa num tipo de feminismo que a afastaria de seus irmãos e companheiros. Na verdade, o trabalho que vem desenvolvendo, seja nas discussões prático-teóricas, seja nas favelas, periferias ou prisões, com crianças, adolescentes ou adultos, dá a medida de sua crescente conscientização política (González, 2020, p. 63).

O texto de Rodrigues e Freitas (2019) aborda a força dos movimentos autônomos até o formato de ONGs. A pesquisa descobre que, a partir dos anos 1980, surgem grupos sociais feministas negros no Brasil. As lideranças eram de mulheres com aproximadamente 50 anos, com nível superior em nível de mestrado e doutorado.

Entre elas, destaque para a filósofa e historiadora Lélia González, referência como ativista e intelectual tanto para o movimento negro quanto para as feministas negras, além de integrante da diretoria do Movimento Negro Unificado (MNU) e primeira coordenadora do coletivo carioca Nzinga (Rodrigues; Freitas, 2019, p.76).

As relações políticas dessas mulheres, como a atuação de Sueli Carneiro, fortaleceram o movimento em esferas governamentais, em conselhos, em parcerias nacionais e internacionais. Mais tarde, em 2012, as Blogueiras Negras surgem com uma proposta contemporânea, na qual ainda permanece a mesma essência, mas com atuação nas redes sociais: “já o Blogueiras Negras surge em 2012, num momento do ativismo cuja perspectiva era mais jovem e de fortes interações por meio das plataformas digitais, com uma agenda política focada na estética, na identidade, na autoestima, no questionamento e na ruptura de padrões socialmente impostos” (Rodrigues; Freitas, 2019, p.76).

Mulheres de Movimentos de Favelas (MF) e do Movimento Negro (MN) estavam entre os principais nomes de lideranças do Nzinga Informativo (2019, p.77) na década de 1983, sendo considerado “talvez mais antigo grupo autônomo de mulheres negras dos tempos modernos” (Roland, 2000, p. 240)⁴. Segundo as autoras (2019, p.78), “os primeiros grupos surgiram entre 1970 e 1980 com o principal objetivo de trabalhar com mulheres negras de baixa renda”.

As atividades no coletivo eram complementadas pelo trabalho desenvolvido pelas mulheres negras nas associações de moradores, tanto de favelas quanto de bairros da periferia, registrando “uma história de lutas heroicas”, o que também era refletido na coluna “Mulheres negras e guerreiras”, publicada no Nzinga Informativo em homenagem à Rainha Nzinga (número 1, 1985), Winnie e Zindzi Mandela (número 2, 1985) e Benedita da Silva (número 4, 1988) (Rodrigues; Freitas, 2019, p.78).

⁴ A análise transversal completa dos cinco *podcasts* está disponível na página 103.

Este informativo foi importante para buscar “espaço no exercício de poder” com referências simbólicas de religiões afro-brasileiras.

Na busca pelo exercício de poder, o Nzinga constituía-se como “uma briga por espaço”, seja com o movimento negro, seja com o movimento feminista, sendo pensado, sobretudo, como um instrumento contra a opressão de gênero, raça e classe que afeta as mulheres negras. Seu nome vincula-se à preocupação do grupo em resgatar o passado, homenageando a rainha africana homônima e sua luta para enfrentar o colonialismo português em Angola (Rodrigues; Freitas, 2019, p.79).

O caderno Geledés foi lançado três anos depois da fundação do Geledés – Instituto da Mulher Negra, em 30 de abril de 1988. Nomes conhecidos na atualidade fizeram parte desse movimento inicial importante para a história, como Sueli Carneiro e Edna Roland. O caderno se atentava, naquele tempo, a pautas sobre prevenção à saúde, direitos humanos e comunicação. O nome também traz referência às tradições culturais negras (Rodrigues; Freitas, 2019).

Como no caso do coletivo Nzinga, a origem do nome “Geledés” vem da tradição africana: geledê remete a uma forma de sociedade secreta feminina de caráter religioso, das sociedades tradicionais iorubás – consideradas hoje patrimônio da humanidade; expressa o culto ao poder feminino sobre a fertilidade da terra, a procriação e o bem-estar da comunidade. Também se vincula à reapropriação das tradições culturais negras, reafirmando diante do feminismo de ideário judaico-cristão o patrimônio cultural e simbólico próprio das mulheres negras (Rodrigues; Freitas, 2019, p. 82).

A pauta de violência contra a mulher negra era debatida no caderno:

Do quarto número – “Mulher negra” –, destacamos o artigo “Resposta da sociedade civil à violência racial e de gênero”, de Sueli Carneiro (1993), no qual a descriminalização do aborto é citada entre as principais bandeiras de luta dos movimentos de mulheres, junto ao combate à violência contra a mulher, pela igualdade no mercado de trabalho, pelo direito à creche, pela regulamentação do emprego doméstico, pela paridade de direitos trabalhistas e previdenciários entre trabalhadores rurais e urbanos, pela igualdade legal no âmbito da família, pelo combate ao racismo e pela implantação do Programa de Atenção Integral à Saúde da Mulher (PAISM) (Rodrigues; Freitas, 2019, p.85).

O caderno também mostra como a voz era ecoada contra o racismo e as opressões: “A dupla militância das mulheres negras é apontada como necessária para se romper com silenciamentos, tanto dentro do movimento negro quanto no movimento de mulheres, que privilegiem os homens e as mulheres brancos(as) e de classe média e alta [...]” (Rodrigues; Freitas, 2019, p.85).

Conforme os autores (2019), foi lançado em 2010 o Blogueiras Feministas, com a ausência de protagonismo e do debate das mulheres negras. Mais uma vez, em resposta, foi criado, então, em 2012, o Blogueiras Negras.

O BN é uma plataforma coletiva e colaborativa, coordenada por Charô Nunes e Larissa Santiago, que, em conjunto com uma equipe de editoras, seleciona os textos que serão publicados no blog e se dedicam à manutenção da plataforma. Até o início de 2019, o blog contava com a participação de aproximadamente 200 mulheres negras entre suas autoras, eventuais ou fixas (Rodrigues; Freitas, 2019, p.86).

De acordo com os pesquisadores, as temáticas das Blogueiras Negras se diferenciam da narrativa proposta de Nzinga Informativo e Cadernos Geledés. Um balanço realizado pelos autores apontava os espectros entre as publicações dos coletivos. A desarmonia variava entre 1989 ao falar de pobreza e periferia para em 2019 conversar sobre sexualidade. Quando, em 1993, buscava discutir a pena de morte, em 2012 a pauta era identidade, entre outros pontos. As pautas do século XXI incorporam as influências de um feminismo norte-americano, como explicam as autoras:

As quatro categorias temáticas que apareceram com maior frequência no Blogueiras Negras no período analisado para este artigo revela dois aspectos importantes do ativismo contemporâneo de mulheres negras: a contínua disputa em torno do sujeito do feminismo e a crescente incorporação e popularização de aportes teóricos vindos do feminismo negro norte-americano no Brasil (Rodrigues; Freitas, 2019, p.88).

Pontuamos até aqui alguns aspectos que marcam a presença de mulheres negras na comunicação, principalmente através dos folhetins, nos meios impressos. Na mídia sonora, as mulheres também desempenharam um papel relevante, sobretudo as mulheres brancas. A relação entre as mulheres e o rádio, por exemplo, entre diversos pontos, carece de atenção; neste momento, indicamos a recepção. As programações das emissoras de rádio eram pensadas para as donas de casa, as mulheres, que ficavam cuidando do lar, enquanto os homens trabalhavam fora: “as radionovelas inicialmente eram dirigidas para audiência feminina, logo se estendendo a toda a família” (González, 2008, p.101). Quando se pensa em rádio, devemos também separar as rádios comerciais, das rádios livres e comunitárias. Em 1987, na Itália, eram as emissoras populares que abordavam pautas sociais que incluíam demandas das mulheres. “A questão toda está em fazer essas negociações de forças possíveis para movimentos de emancipação dos jovens, das mulheres, dos negros, dos trabalhadores, das minorias sexuais, dos pacifistas, etc.” (Guattari, 2005, p.207).

Assim como as redes sociais permitem a espontânea expressão da opinião, algumas rádios livres têm como princípio a “democracia”:

Trata-se de um instrumento de experimentação de novas modalidades de democracia, uma democracia, que seja capaz não apenas de tolerar a expressão das singularidades sociais e individuais, mas também de encorajar a sua expressão, de lhes dar a devida importância no campo social global. Isto quer dizer que as rádios livres não são nada em si mesmas, elas só tomam seu sentido como componentes de agenciamentos coletivos de expressão de amplitude mais ou menos Grande (Guattari, 2005, p.207).

Mas, no Brasil e na América Latina, a situação é diferente:

As rádios livres no Brasil foram acolhidas com uma certa reserva. Alguns receavam que sua aparição pudesse servir de pretexto para uma repressão violenta; outros só conseguiram ver nelas um replay dos movimentos dos anos 60. É bom que esteja claro, antes de mais nada, que o movimento das rádio livres pertence justamente àqueles – e eles são uma legião – que sabem que não poderão jamais se exprimir de maneira convincente nas mídias oficiais. (Guattari, 1987, s/p).

Historicamente, quem tinha voz no rádio, era quem sabia ler: “a invenção das máquinas de gravar e reproduzir restituiu a voz uma autoridade perdida na cultura letrada. O microfone, por exemplo, aumentou o espaço vocal e reduziu as distâncias auditivas” (Golin, 2005, p.263). Portanto, impedimentos como esses prolongaram o acesso das mulheres negras à mídia sonora: “porque, em suma, aceitando que a hegemonia se constrói com a cumplicidade ou com o acordo dos setores subalternos, e incluindo a aceitação de sua diferença e oposição, minimizando o peso das vontades e estratégias hegemônicas que se desenvolvem no campo cultural” (Matta, 1991, p.40-53).

Entendemos, portanto, que, para marcar a presença da mulher negra na mídia sonora, será necessária uma busca profunda e detalhada entre os arquivos da imprensa negra ao longo do tempo. Logo, definimos, que se trata do “dilema da negra única” dentro do contexto de uma maioria minorizada, na determinação de um ou outro nome de um apresentador negro que aparece na televisão ou no rádio, assim como em outros meios. A imprensa negra, a *internet*, as redes sociais e meios alternativos são os meios que possibilitam as reivindicações.

Essa discussão veio ganhando espaço nas arenas públicas e, como consequência, nos últimos anos, temos visto mulheres e homens negros ocupando lugares que antes eram ocupados exclusivamente por pessoas brancas, como a bancada de telejornais, o protagonismo das novelas e de campanhas publicitárias de cosméticos (Corrêa *et al.*, 2019, p.206).

Enquanto, em dados, a comunidade negra é maioria no Brasil, no entanto uma ou outra voz acaba representando uma maioria, por estar à frente de todos.

No entanto, nossa intenção é questionar os efeitos desse dispositivo legal na organização desses espaços, que acabam gerando o fenômeno conhecido como “o Negro Único”, isto é, a única pessoa negra em meio a um mar de pessoas brancas, seja em campanhas publicitárias, capas de revistas, telenovelas, telejornais etc (Corrêa *et al.*, 2019, p.206-207).

Alguns exemplos correspondem às capas de revistas, mas podem ser refletidos em outros meios:

Para além da distribuição numérica, que reafirma o lugar solitário das pessoas negras em espaços de visibilidade, é possível observarmos, também, que as atrizes Taís Araújo e Erika Januza aparecem duas vezes no recorte analisado. Isso demonstra a pouca variedade de figuras públicas negras que conseguem ser suficientemente reconhecidas para ocuparem esses espaços, já que a maioria das capas exaltam o sucesso profissional das mulheres, incorrendo na repetição sistemática das mesmas figuras nos mesmos espaços (Corrêa *et al.*, 2019, p.208).

Há uma ou outra referência que, sozinha, precisa arcar com a resposta da ausência de toda uma massa negra silenciada no Brasil:

Uma pessoa sozinha representa pouco e mal um determinado grupo. Sobre ela, como única, recaem todas as expectativas de representação. Como é única, a pessoa negra que aparece em meio a várias pessoas brancas, termina por ser A atriz, A apresentadora, A deputada, A autora, A professora negra, que passa a estar naquele lugar como representante de todas as pessoas negras (Corrêa *et al.*, 2019, p.209).

Portanto, as mulheres negras, na mídia sonora da atualidade, trabalham em meios alternativos, como os *podcasts* que entraram na discussão de produto midiático de massa e cultural.

É nessa fase de convergência, e também das mulheres que mostram que podem estar onde quiserem, que está inserido o surgimento do podcast. A mídia, presente em dispositivos móveis e que democratiza a produção e recepção do radiojornalismo, também oferece mais liberdade para que as pessoas possam falar e discutir quaisquer temas (Viana *et al.*, 2021, p.54).

Cabe sintetizar, três realidades que explicam a evasão de mulheres na mídia sonora:

- 1) o racismo que contribui para o baixo predomínio do gênero feminino negro em meio sonoro de massa;
- 2) a busca por opções secundárias, como a música e os *podcasts* na atualidade e, por fim,
- 3) o esgotamento de atuação em resistência.

Nesse contexto, cabe explorar especificamente a presença de mulheres negras na comunicação, seja como objetos seja como protagonistas. Compreendemos que, não sendo vistas na televisão e ouvidas no rádio, duvida-se da existência de profissionais negras na comunicação. De fato, a invisibilidade nos grandes meios de comunicação de massa coopera para que haja o silenciamento de vozes negras e também não educa a sociedade brasileira, o que permeia as hipóteses do senso comum. Se pararmos para pensar, nos recordaremos de poucos profissionais negros da mídia de massa, mas essa pesquisa não critica a popularidade, e sim o pertencimento social. Para Souza (2022, p. 01), os motivos que explicam esse silenciamento estão consolidados nas “opressões estruturais do patriarcado e machismo”. No entanto, segundo Corrêa (2019), esforços epistemológicos, demonstram crescimento em pesquisas em comunicação, racismo e antirracismo no Brasil. Porém o autor também critica a ausência de grupos de trabalho nos principais congressos de comunicação.

Há, no país, importantes autores, negros(as) e brancos(as), com trajetórias consolidadas e reflexões sobre raça, mas essas questões têm sido tratadas com certa timidez nos lugares estabelecidos para a pesquisa em comunicação, como as associações e os eventos da área. É importante lembrar que ainda não existem, por exemplo, grupos de trabalho nos principais congressos e eventos de comunicação que se dediquem de maneira mais específica às questões étnico-raciais. Ainda há muito a se fazer, pensar e produzir. A formalização, em 2018, no Diretório de Grupos de Pesquisa do CNPq, do Coragem (Grupo de Pesquisa em Comunicação, Raça e Gênero da UFMG), vem marcar um dos lugares dedicados à pesquisa das práticas comunicativas, principalmente as midiáticas, a partir do paradigma interseccional, de teorias e conceitos propostos por autores(as) pertencentes ou advindos(as) de grupos subalternizados da sociedade (Corrêa; Furtado, 2019, p.10).

As ferramentas online de interação e de perspectivas voltadas para o campo da Comunicação são vistas sob outra perspectiva, quando “raça e racismo são categorias que renovam as práticas midiáticas e questionam a comunicação em suas múltiplas faces” (Borges, 2019, p.20). O autor revela que na comunicação é o “discurso” que fundamenta a fala ou a defesa de argumentos como “objeto da própria mídia”. Esse discurso é adotado como estratégia em produtos midiáticos fora dos grandes meios, o que demonstra que a imprensa alternativa constitui uma forma de romper a barreira do silêncio e as questões raciais, especificamente na “expressão das vozes negras” (Rodrigues; Freitas, 2019, p.76).

Entre os atravessamentos dos pesquisadores analisados no estado da arte, identificamos que as principais discussões são voltadas à invisibilização, silenciamento e apagamento de homens e mulheres negras em diversas áreas da Comunicação brasileira. Os processos culturais, os significados da diáspora (Corrêa, Furtado, 2018) permeiam as linhas de raciocínio dos investigadores que tentam entender os regimes de pertencimento e a

conexão da comunidade negra na representação através dos meios de comunicação, ao longo da história. A diáspora negra na atualidade se trata de uma miríade de grupos étnico-raciais entre diversas localizações (Corrêa; Furtado, 2018). Portanto, entendemos que “a cultura e a construção de significados sociais estão fortemente ligadas à formação das identidades junto às experiências individuais e coletivas” (Corrêa, Furtado, 2018, p.5).

A imprensa negra realizou um papel importante na construção do eco da voz negra na imprensa. O acesso ao letramento, entre outros fatores raciais, dificultou a participação do negro em meios de comunicação de massa. Homens e mulheres que pertenciam aos movimentos negros criaram os primeiros registros que circulariam entre os negros a partir da década de 1830, no Brasil. O primeiro periódico negro surgiu em 1833, de acordo com Cruz e Lopes (2019) e buscava visibilidade em meios alternativos de comunicação.

O primeiro periódico negro do Brasil, O Mulato, editado em 1833 no Rio de Janeiro, inaugurando a linhagem da imprensa negra brasileira. De lá para cá, podemos identificar silenciamentos e apagamentos acerca da atuação de comunicadores negros, mas também a atuação desses profissionais, que encontram fissuras na imprensa comercial ou criam espaços na imprensa alternativa, promovendo, dessa forma, disputa sobre enquadramentos da questão racial, trincheira fundamental na luta pela igualdade de direitos e oportunidades da população negra, historicamente alijada na sociedade brasileira (Cruz; Lopes 2019, p. 93).

O capítulo desenvolvido pelas autoras (2019) em *Vozes negras: em comunicação: mídia, racismo, resistências* mapeou jornalistas negros em Minas Gerais. O estudo buscou ainda entender como a temática racial era abordada nas redações, utilizando como aporte metodológico a técnica da “bola de neve” e entrevistas com sujeitos autodefinidos negros em 2019.

Não há, por exemplo, estatísticas elaboradas por instituições de representação da profissão, sobre o número de profissionais negros em redações. O assunto é tratado com certa reserva, como se falar sobre o tema fosse adotar postura de militância, maculando, dessa forma, princípios de isenção do jornalismo profissional (Cruz; Lopes, 2019, p. 94).

A imprensa negra possui forte relação com os participantes do Movimento Negro Brasileiro:

A imprensa negra se apresenta como locus de disputa discursiva do movimento negro brasileiro desde o século XIX, quando foi publicado O Mulato, ou O Homem de Côr, editado em 1833 por Francisco de Paula Brito (1809-1861). De lá para cá, são quase dois séculos de atuação de jornalistas negros. Interessa-nos abordar a atuação de profissionais negros nas redações de Minas no século XXI, tendo em

vista a inexistência de dados oficiais sobre a questão racial na imprensa mineira (Cruz; Lopes, 2019, p. 94).

Esses folhetins foram criados no período abolicionista divididos por sociedades em Minas, conforme se explica:

Os autores apontam que a cidade contava com cinco sociedades abolicionistas: a Sociedade Abolicionista Ouropretana (1881), o Clube Abolicionista Mineiro Visconde do Rio Branco e a Sociedade Libertadora Mineira (ambas fundadas em 1883), o Clube de Libertos Viscondessa do Rio Novo (1884) e a Sociedade Libertadora Ouropretana (1886). Essas entidades publicavam jornais com informações sobre estatutos, reuniões e a libertação de escravos. Também foram fundados outros três jornais dedicados à causa da abolição: O Trabalho, periódico literário, instrutivo e abolicionista (1883), A Vela do Jangadeiro, periódico abolicionista (1884), e Ordem e Progresso, órgão do Clube Abolicionista Mineiro Visconde do Rio Branco (1884). A reflexão acerca do termo “imprensa negra” nos ajuda a pensar a atuação de jornalistas negros nas redações de Minas (Cruz; Lopes, 2019, p. 98-99).

Apesar de a imprensa negra ser composta por integrantes negros, tal fato não determina especificamente que um veículo deva ser antirracista, já no século XXI. Em muitos casos, jornalistas negros trabalham em veículos comerciais, sob gerência de outras estruturas.

A imprensa negra, em geral, denuncia o racismo e aborda temáticas voltadas para questões relacionadas à beleza negra, à produção cultural, ao resgate de nomes relegados pela historiografia oficial, à desconstrução de enquadramentos e a disputas discursivas. Já os jornalistas negros estão sob a orientação da linha editorial das mídias informativas para as quais trabalham. Em geral, as mídias informativas não trazem uma definição clara de como as questões raciais devem ser abordadas. Isso implica ações pessoais dos profissionais negros na imprensa comercial para propor os temas e disputar com os outros assuntos da ordem do dia espaço para aprovar as pautas referentes às questões raciais (Cruz; Lopes, 2019, p. 102).

Levamos em consideração esses aspectos da luta do movimento negro também em relação à comunicação, questionamos: onde estão os negros da mídia, então? As escritoras Laura Guimarães (2019) e Mayra Bernardes, apontam uma hipótese:

Se, nas mídias tradicionais, as décadas de luta por representação e representatividade de pessoas negras parecem ter levado à consolidação de uma cota frágil e diminuta em espaços de prestígio e visibilidade, transformações vêm acontecendo nas mídias on-line, onde múltiplas vozes e corpos negros conseguem emergir simultaneamente nas disputas discursivas contemporâneas, questionando e desestabilizando os lugares marcados e as construções de sentido e/ou estéticas eurocêntricas (Corrêa; Bernardes, 2019, p.216).

Em relação à dificuldade de desenvolver a narrativa científica das mulheres pioneiras no sistema radiofônico no Brasil, a construção se torna ainda mais árdua ao identificar as

mulheres negras pioneiras nesses espaços da comunicação nacional. Sabemos que na história do rádio, por exemplo, o domínio do microfone de locutor pertence ao sexo masculino: “os poucos registros sobre a mulher e o rádio indicam a reduzida participação feminina no veículo” (Poletto *et al.*, 2018, p.1). Na comunicação, são as intelectuais negras que cooperam com a força do movimento de representação, conforme Corrêa (2018), é um ambiente de “disputa de sentido sobre as narrativas da vida social”. Nessa compreensão, a comunicação precisa quebrar paradigmas de poder de que tem o direito de falar e abrir espaço para a multiplicidade de vozes:

Somente dessa forma é possível entender a comunicação midiática não como produtora de sujeição e apagamento simbólico, mas como instância de múltiplas experiências de interação nas sociedades estratificadas. As intelectuais negras nos convidam a pensar a sociedade – e nós acrescentamos que, especialmente, a comunicação – como ambientes nos quais são travadas disputas de sentidos sobre as narrativas da vida social [...] (Corrêa, *et al.*, 2018, p. 166).

Assim como na literatura negra, quando uma voz ecoa e fortalece outras vozes, também na comunicação seletas vozes quebram rompimentos racistas históricos e resistem como representação negra na mídia, conforme o trabalho de Bôas (2020). O autor trabalhou sob a ótica de representações, considerando a análise da trajetória da repórter Glória Maria, identificando que o jornalismo se desenvolve em culturas específicas e altera o fazer jornalístico devido às mudanças da história e da cultura. Questões de raça foram pouco tratadas na trajetória da repórter, o que inspiraram a pensar o jornalismo sob um novo quadro de referência entre “democracia e as dimensões de público e privado” (Bôas, 2020, p.181).

Para exemplificar sobre os pertencimentos ou ausências de mulheres negras na comunicação, o levantamento a seguir indica dados em dissemelhantes áreas. No cinema, segundo a pesquisa de Ferreira (2017), os registros acadêmicos sobre a representação feminina negra ainda eram considerados baixos:

Nos pouquíssimos estudos nacionais que abordam mulheres negras no cinema (sua presença ou ausência), observa-se recorte temporal e/ou metodológico bastante específico, como na pesquisa histórica de Nascimento (2014) sobre as representações das mulheres negras no filme *Rio, 40 graus* (1955), de Nelson Pereira dos Santos; bem como na tese de Lima (2010) que utiliza os filmes *As filhas do vento* (Joel Zito Araújo, 2005) e *O céu de Suely* (Karim Ainouz, 2006) para investigar a representação dos sujeitos femininos em condição de exclusão social no cinema da retomada (Ferreira, 2017, p.176).

Em 2016 e 2017, eventos com a temática racial negra impulsionaram as discussões antirracistas feministas no cinema, ressignificando a história do audiovisual brasileiro.

Dessa forma, o Cinema Negro no Feminino reflete a pluralidade da produção audiovisual empreendida por realizadoras negras, em sua diversidade de formatos, linguagens e práticas filmicas, assim como formas de representação das narrativas e experiências das mulheres negras; e também ressignifica a história do cinema brasileiro, especialmente por reconhecer a atuação pioneira de Adélia Sampaio, primeira cineasta negra brasileira, que iniciou sua carreira nos anos de 1970, ao trabalhar na Difilm – distribuidora ligada ao movimento Cinema Novo; foi responsável pela produção, roteiro e/ou direção de dezenas de curtas, documentários e o longa-metragem *Amor maldito* (1984), primeiro filme de temática lésbica do cinema nacional; e atualmente, aos 74 anos, Adélia continua trabalhando na produção de filmes (Ferreira, 2017, p. 178).

Na *internet*, ferramentas de audiovisual, como *YouTube*, especificamente no evento *YouTube Black Brasil*, possibilitaram a visibilização da narrativa de diversas vozes negras (Santos *et al.*, 2018).

O cenário de disseminação de conteúdo na Internet (e, no caso específico analisado, na série proposta pelo Youtube) abre novas possibilidades de diversidade em torno das construções discursivas de raça. A ressignificação da negritude tem a ver também com novos espaços para se pensar a teia das representações (Santos *et al.*, 2018, p. 455).

Para esse autor, acontece um procedimento de reafirmação identitária: “esses processos de ressignificação são os movimentos de essencialização da raça”. Na publicidade, o número de negros é pequeno nas capas das revistas em circulação (Corrêa; Bernardes, 2019). A revista *Veja*, por exemplo, é uma das empresas que atraem grandes investidores publicitários no Brasil. Esses dados revelam um crescimento de pessoas negras em anúncios da revista, porém, no capitalismo, as relações de consumo afetam a constituição de identidades (Fernandes, 2021). A pesquisa mostra que baixos índices de representatividade ainda são registrados no país, reforçando a certificação da invisibilidade, o que vai de encontro ao mito da democracia racial. Os bancos de imagens também podem mascarar o racismo, quando as ferramentas de buscas entregam majoritariamente imagens de pessoas brancas de acordo com o critério desejado, como explica a pesquisadora Fernanda Carrera (2020):

[...] muitas vezes percebidos como tecnologias neutras e objetivas, estes mecanismos na verdade podem ajudar a fortalecer desigualdades já cristalizadas historicamente. Aqui, foi possível perceber que há, nestas imagens postas em circulação, delineamentos potentes sobre os modos de existência de mulheres e homens, negros e brancos, tanto no contexto dos seus privilégios quanto no âmbito das suas desvantagens (Carrera, 2020, p. 234).

Na fotografia, a história aponta que sujeitos negros e negras eram tratados como seres exóticos em imagens herdadas de séculos passados. Na posição de julgamento do outro, aparece o não branco (Santos *et al*, 2020). Conforme a pesquisa, *Escravidão a cores: aproximação, reconhecimento e acolhimento da humanidade dos sujeitos negros na obra de Marina Amaral* (Santos, 2020), com a invenção da fotografia, o racismo ficou ainda mais evidente.

Isso não significa dizer que a proposta de humanização é frustrada em termos de resultado. Pelo contrário. Ela se dá em outro expediente, para além do verbal: nas fotografias que ganham cor. Ao colorizar os tipos, a artista confere nuances a eles e aos sujeitos negros que neles figuram (Santos *et al.*, 2020, p. 66).

Diferentes grupos de mulheres buscam utilizar meios de comunicação como estratégias de luta, afirma Woitowicz (2019), passeando entre as mídias do século XIX e XX:

[...] as conferências de mulheres e movimentos sociais afins (direitos humanos, LGBT+, igualdade racial, entre outros) trataram, de forma central ou tangencial, da questão da comunicação, principalmente a partir dos anos 1990 e nos primeiros anos do século XXI” (Woitowicz, 2019, p. 65).

Logo, na conclusão do raciocínio da autora, após os anos 1990, com a dimensão da *internet*, o movimento feminista ganha ainda mais potencialidade.

Assim como os meios de comunicação hegemônicos vêm contribuindo desde a sua formação para a criação de estereótipos discriminatórios e cruéis, em jornais, programas televisivos, rádios, filmes, novelas, revistas, publicidades, esses mesmos meios podem ser utilizados por atores que não se sentem representados para construção de outras imagens e narrativas (Sales *et al*, 2022, p.71).

Os processos de representação existem e, principalmente com a expansão do acesso à informação, foram fortalecidos através da *internet*. Sendo assim, observamos maior visibilidade de protagonistas negras em diversas áreas de Comunicação, pois, mais uma vez, de 115 trabalhos acadêmicos, apenas três artigos tratam especificamente de mulheres negras em *podcasts* brasileiros, o que deixa uma lacuna na investigação dessa temática e no campo da mídia sonora.

Portanto, especificamente, a presença de mulheres negras na comunicação através dos *podcasts* é uma questão recente na sociedade e nas pesquisas do campo da Comunicação. Com o surgimento de novos programas diariamente, se torna difícil determinar a quantificação exata: “o número de *podcasts* produzidos no Brasil é incalculável, e nenhuma

pesquisa jamais conseguiu medi-lo precisamente devido aos frequentes encerramentos e surgimentos de novos produtos” (Cardoso *et al.*, 2022, p. 118). Um segundo argumento diz respeito à baixa abordagem da temática no campo da Comunicação, tanto que outras pesquisas resgatam ou criticam a invisibilidade negra, porém em outras áreas.

Um dos trabalhos acadêmicos encontrados no estado da arte sobre a presença de mulheres não negras na mídia sonora foi produzido por Winter e Viana (2021), em que foram identificados 172 *podcasts* com apresentadoras em copiosas temáticas. Os resultados mostram que a praticidade de produção financeiramente menor reflete no aumento de programas de debates. O estudo aponta que, no ano de 2019, mais mulheres ocuparam a *podosfera*, resultando na apropriação de espaço e liberdade de abordagem temática. Para elas, o *podcast* é um programa democrático (2021) provocado pela era da convergência na *internet*. Essa pesquisa não apresenta dados sobre raça. Conforme a Abpod, entre 2020 e 2021, a soma entre autodeclarados pardos (22,7%) e pretos (12,9%) corresponde a 35,6% da fatia de produtores brasileiros. Já os dados sobre mulheres negras são inexistentes neste levantamento (Associação Brasileira de Podcast, 2022).

Como foi mencionado anteriormente, três artigos, de 115 trabalhos, tratam especificamente de mulheres negras em *podcasts* brasileiros. São eles: o *Mídia feminista negra: uma análise das narrativas interseccionais produzidas no Kilombas Podcast* (Sales *et al.*, 2022), *TICs, raça, mulheres e territórios: o podcast Ondas da Resistência como ocupação das plataformas digitais em uma perspectiva interseccional* (Crisóstomo *et al.*, 2022) e o *QuilomboCast: de resposta emergencial a um processo de pesquisa em comunicação* (Barros *et al.*, 2022). As pesquisas apresentam um compilado de fatores que define que ações racistas consolidam o apagamento de mulheres negras em mídias de massa: “este lugar de invisibilidade, coisificação, objetificação e desvalor dado às mulheres negras socialmente não é uma condição natural, mas, sim, uma tessitura colonial, europeia e racializada” (Sales *et al.*, 2022, p. 67). As investigadoras condicionam a presença dessas mulheres na “mídia feminista negra” delimitando um espaço dentro desses espaços, mas separado da hegemonia.

Enfatizamos raça junto ao marcador social de gênero, pois confluímos com o pensamento e a produção de renomadas intelectuais do pensamento feminista negro nacional e transnacional tais como Lélia González, Patricia Hill Collins, Bell Hooks, Kimberlé Crenshaw, Carla Akotirene, Djamila Ribeiro, Winnie Bueno, Sueli Carneiro, Conceição Evaristo, Angela Davis, entre inúmeras outras para quem o feminismohegemônico é branco e que, por se pretender universal, não contempla as mulheres negras, por exemplo, ignorando as suas especificidades e a sua condição de desigualdade e de exploração histórica em um contexto que ultrapassa as fronteiras brasileiras (Sales *et al.*, 2022, p.66).

Segundo o Sales, a partir de 2001, a teoria seccional ganha evidência na academia. Fizemos um balanço da teoria interseccional e identificamos o *podcast* como “pedagogia cultural” (Sales *et al.*, 2022). Neste estudo, os meios de comunicação de massa são entendidos como agentes de educação social, pois, apesar da consolidação do apagamento na comunicação digital, hospedado pelo *podcast*, acontece a abordagem alternativa de conteúdos educacionais e sociais. Nessa busca, identificaram que “a cultura da mídia faz parte da formação dos sujeitos e das sujeitas” e classificaram o *Kilombas podcast* como um canal educativo de espaço para dar voz ao grupo que não fala na mídia hegemônica. Conforme as autoras (2022), segundo o ponto de vista de uma ouvinte do programa *Kilombas Podcasts* que aborda discurso antirracista, foi identificada a relevância da ferramenta como aprendizado e espelhamento,

[...] percebemos que o Kilombas Podcast contribui como esse agente mobilizador de mudança social, ao dar espaço e visibilidade para sujeitos e sujeitas historicamente invisibilizados pela mídia tradicional e hegemônica; ao debater sobre racismo, negritude, jornalismo antirracista, mulheres pretas na ciência, injustiça racial, população negra e mercado de trabalho (Winter *et al.*, 2021, p. 78).

Outro projeto protagonizado por mulheres negras em *podcasts* está na pesquisa, *TICs, raça, mulheres e territórios: o podcast Ondas da Resistência como ocupação das plataformas digitais em uma perspectiva interseccional*, que trata da estratégia coletiva para a retomada da abordagem de territórios ancestrais e das territorialidades digitais, como explica Crisóstomo;

Visibilizam a construção de tecnologias nos territórios, a partir dos conhecimentos ancestrais e as necessidades contemporâneas – a matrigestão – e, assim, situam o Ondas da Resistência enquanto uma prática de comunicação comunitária que, no fortalecimento dos valores territoriais, constrói alternativas contra a desinformação (Crisóstomo *et al.*, 2022, p.38).

Conforme a pesquisa, são marcadores sociais construídos por instituições racistas que justificam as ações de opressões de mulheres negras na sociedade. O *podcasting* como alternativa de mídia de comunicação é uma ferramenta que pode “alavancar debates que pressionem a sociedade e suas instituições para elaborarem de políticas e projetos que visam eliminar o racismo, sexismo, a xenofobia, o capacitismo, as LGBTfobias e as opressões correlatas” (Crisóstomo, 2022, p. 49). O *podcast Ondas de resistência* nasceu na pandemia composto por mulheres “ameafricanas” com viés de comunicação popular e articulações de abordagem do movimento rural: “a missão do *podcast* foi ampliar as vozes das populações atingidas pelas desigualdades socioambientais aprofundadas na pandemia, em especial das

mulheres negras” (Crisóstomo *et al*, 2022, p.39). O artigo aponta um balanço da trajetória feminina negra de resistências e sobrevivências, marcadas pela educação colonial na sociedade brasileira.

Ser mulher, negra, indígena ou integrante de comunidades tradicionais significa virar alvo de sucessivas violências pelo fato de que essas nomeações foram construídas em bases coloniais para atribuir a essas mulheres uma política de distinção que desumaniza. Tais nomeações/marcadores, da colônia à colonialidade, são orientados à interação e seus efeitos vistos na intensa vulnerabilização dos territórios cujo modos de vida tradicionais existem (Crisóstomo *et al*, 2022, p.43).

Todavia, além do detalhamento do racismo estrutural, elas mencionam no texto o legado feminino negro em territórios, definindo as mulheres negras como protagonistas de saberes intergeracionais:

Por outro lado, as mulheres são, indiscutivelmente, as protagonistas na articulação das existências e resistências nos territórios. Elas estão em constante contato com os mais novos e são responsáveis pelo repasse de saberes intergeracionais. Também são elas que zelam pelo bem-estar dos mais velhos e de maneira inevitável acessam os acúmulos de sabedorias, experiências e metodologias de gestão do território. Logo, são elas quem primeiro percebem as violações de direitos ao acompanharem as crianças nas escolas, os idosos no acesso à saúde, as ameaças à segurança alimentar, aos saberes ancestrais e à seguridade social. Nesse contexto, são as mulheres que articulam as estratégias de enfrentamento às violações dos direitos (Crisóstomo *et al*, 2022, p.43).

Portanto, na conclusão da troca de conhecimento, as autoras expõem que a abordagem da temática antirracista no *podcast* “*Ondas da Resistência*” é uma “estratégia coletiva de retomada e de vivências dos territórios ancestrais e das territorialidades digitais (Crisóstomo, 2022, p.49). Por fim, o artigo, *QuilomboCast: de resposta emergencial a um processo de pesquisa em comunicação*, de Barros e Sousa (2022), evidencia a importância das tecnologias digitais na propagação dos saberes. As vozes que representam a região amazônica escrevem as problemáticas do estado, relatadas durante a pandemia de coronavírus, para um diálogo entre quilombolas: “Dialogar com quilombolas é falar com pessoas racializadas, e em se tratando de Amazônia, a racialização é negra e indígena e as cosmovisões muitas vezes também se atravessam de forma a contar sobre a complexidade destes territórios [...]” (Sousa *et al.*, 2022, p. 4).

Conforme o texto, a necessidade de uso tecnológico como ferramenta de comunicação no período de calamidade pública proporcionou um elevado número de produções e consumo de *podcasts* naquela região. O programa também tinha como objetivo atingir mulheres negras quilombolas guamaenses do Pará e do Tocantins, por meio da troca de conhecimentos digitais

e gratuitos. A proposta reuniu encontros online sobre diversas temáticas que viraram pautas dos *podcasts*.

Na avaliação feita ao final do processo, ficou evidente que uma segunda oportunidade seria bem-vinda, inclusive para sanar o compromisso de termos um material em áudio com o protagonismo quilombola, como um podcast, que pudesse circular entre as comunidades, entretanto, mesmo com essa falha no desenvolvimento do projeto, as participantes o avaliaram como importante para suas formações e que participariam em caso de uma nova edição em formato de minicurso (Sousa *et al.*, 2022, p. 7).

O artigo aponta problemas tecnológicos enfrentados pelas comunidades da Amazônia, porém, através do *podcast*, ocorreu a possibilidade de aprofundar o debate político daquele momento de crise sanitária e social.

Para dar-nos um parâmetro sobre a realidade dessa distribuição, acesso e qualidade, a cidade de Oriximiná, onde fica o quilombo de Cachoeira Porteira, tem um território de 107.613,838 km² e uma população estimada em 74.921 pessoas (IBGE, 2021)⁹, até abril de 2022 a banda larga fixa cobria apenas 1,1 a cada 100 domicílios, esta taxa é 94,4% menor que a média brasileira. E veja, Oriximiná tem uma certa tradição em formações quilombolas, visto que é uma região que sempre foi refúgio de escravizados em fuga, e onde também havia uma considerável população indígena. E sendo uma região bastante racializada, apesar de também ser uma região com muitas fazendas e gente branca muito rica, a infraestrutura é precária em muitos níveis de descaso (Sousa et al, 2022, p. 10).

Na abordagem de mulheres negras em *podcasts* brasileiros, apenas dados objetivos não sustentam nossa pesquisa. Para chegar a esse protagonismo, será necessário trafegar pela trajetória de resistência de incontáveis nomes que fortalecem a representação feminina negra na comunicação do século XXI. Como descrevemos, os três artigos que possuem as vozes negras como objetos de estudo dialogam nas intenções de criticar a invisibilidade e quebrar a barreira da inexistência de pesquisas científicas acerca dessa problemática. Cada artigo, todos de 2022, mostra as especificidades de regiões e lugares de fala, mas os três apresentam o *podcast* como uma ferramenta alternativa de pertencimento e troca de conhecimento antirracista.

Entretanto, a realização desse potencial de produção de *podcasts* por mulheres negras enfrenta obstáculos históricos como preconceito racial, de gênero, desigualdades de acesso à educação, direitos humanos e etc. São diferentes formas de racismos identificadas na sociedade, mas o racismo cotidiano que é praticado diariamente, de forma silenciosa e naturalizado, pode ser um dos principais fatores de humilhação e segregação de mulheres negras quando pensam ou tentam ocupar estes espaços sociais com segurança e respeito.

Neste capítulo de discussão teórica, abordamos o papel do *streaming* no crescimento da produção de *podcasts*, como ferramenta que cresce no consumo brasileiro. A partir desses conceitos, costuramos os caminhos de pertencimento e representatividade de mulheres negras na mídia sonora, até o início da discussão das vozes dessas mulheres em *podcasts*, estudadas recentemente no ano de 2022.

4 ESTUDO EMPÍRICO

Neste capítulo apresentamos o contexto social e midiático dos *podcasts* nas cinco regiões brasileiras; os *podcasts* pesquisados, que são apresentados por mulheres negras nas cinco regiões brasileiras; as narrativas das mulheres negras apresentadoras de *podcasts*; e, por fim, resultados e interpretação.

4.1 Contexto social e midiático dos *podcasts* nas diferentes regiões brasileiras

Neste subcapítulo, abordamos a comunicação de mídia sonora desenvolvida a partir de *podcasts* no país, considerando as diferenças regionais brasileiras divididas por ordem de maior extensão territorial, somando os maiores estados e suas respectivas capitais, iniciando pela região Norte, Centro-Oeste, Nordeste, Sudeste e Sul.

Neste cenário, adotamos os dados da *PodPesquisa* para determinar a porcentagem de produção de programas nas cinco regiões nacionais. Apesar da linha de crescimento de *podcasts* na *internet*, a maior participação de produtores está concentrada na região Sudeste, onde ficam as cidades do Rio de Janeiro e São Paulo, que registra 54,21%, seguido da região Nordeste com 19,10%; Sul com 13,76%; Centro-Oeste com 6,57% e por fim o Norte com 2,05%. São os homens (75,7%), os heterossexuais (81,3%); os autodeclarados brancos (58,8%) que dominam essa mídia sonora no Brasil. (Associação Brasileira de Podcast, 2022).

Na possibilidade de produção de um *podcast* como forma de comunicação online, incontáveis grupos sociais, com formação profissional ou não, podem criar, produzir ou participar de episódios. A ferramenta de acesso livre e independente pode ser apropriada para a troca de conteúdo fora do eixo hegemônico de comunicação, tratando de assuntos como gordofobia, preconceitos, discriminação, direitos, guias de informações, tecnologia, ciência, gênero, raça, LGBTQIA+, entre outros. Estudamos a subjetividade das vozes de mulheres negras inseridas nesta alternativa de gerar e consumir conteúdo e observamos relações entre os pontos-chaves de unificação de variados lugares de fala desse grupo. O projeto #O'Podcast É Delas® é uma plataforma criada pela *podcaster* Domenica Mendes para promover maior participação de mulheres na *podosfera* com espaço para busca de programas por raça, identidade de gênero, orientação sexual, estado e interesse. Segundo dados desse projeto, até o dia 18 de outubro de 2022, ele apresentava o cadastro de 4.608 *podcasts*. Neste contexto, do total de *podcasts* cadastrados na plataforma, identificamos 15 *podcasts* apresentados por

mulheres que são autodeclaradas negras, 29 *podcasts* de mulheres autodeclaradas pardas, três que se autoafirmam amarelas e oito que não declararam raça (#Opodcastédelas, 2022).

Conforme dados abertos do *Spotify* (Jenkins, 2022), até o dia 18 de outubro de 2022, mais de 4 bilhões de playlists e mais de 2,2 milhões de títulos de *podcast* eram registrados, com utilização, em média, de 2,5 horas por dia da plataforma, entre playlists, *podcasts* e outros recursos. O *Spotify* é considerado a plataforma mais popular do mundo, com uma comunidade de mais de 433 milhões de usuários ativos mensais e 188 milhões de assinantes *Premium* (Jenkins, 2022). Ainda registra presença em 183 mercados e mais de 80 milhões de faixas, incluindo 4,4 milhões de títulos de *podcast* (Jenkins, 2022).

A partir do cenário das regiões, na perspectiva territorial, e levando em consideração o desempenho de consumo de *podcasts* no Brasil, buscamos identificar quais são as políticas públicas dos governos estaduais brasileiros que utilizam a ferramenta *podcast* como incentivo da participação de mulheres negras. Identificamos, portanto, que a distribuição de conteúdo acontece por meio da divulgação de ações propostas pelas prefeituras ou é realizada por pastas da gestão política e, não necessariamente, como incentivo de produções de *podcasts* à sociedade. A busca teve o objetivo de identificar os estados de maior população das regiões trabalhadas nesta pesquisa, na seguinte ordem de região, estado e capital. Região Norte: Pará e Belém; região Nordeste: Bahia e Salvador; Centro-Oeste: Goiás e Goiânia; Sudeste: São Paulo e São Paulo; Sul: Paraná e Curitiba.

Quanto aos *podcasts* da região Norte, a Secretaria de Comunicação do governo do Pará, dispõe de um site específico chamado Agência Pará, que concentra todas as informações de publicidade do Estado. Entre as formas de comunicação, uma rede de episódios com leituras de notícias do governo é tratada como *podcasts*, na categoria “rádio agência Pará”. No entanto, não se trata de *podcasts*: são áudios gravados com a leitura das notícias. Na capital, o Poder Executivo disponibilizou um *podcast* chamado “*Prefeitura de Belém – Fala Belém*” com apresentação de Jamila Magno e Carla Pereira; o último episódio lançado em abril de 2020. O *podcast* está disponível no *Spotify*.

No que diz respeito aos *podcasts* da região Nordeste, o governo da Bahia, oferece cinco *podcasts* informativos com temáticas como notícias do governo (*Bahia em Movimento*), história, cultura e sociedade (*Boca de Afôfô*), esporte (*Esporte por Toda Parte*), agricultura familiar (*Hora Rural*) e um de equidade de gênero (*Respeita as Minas*) que estão disponíveis no site oficial do governo. É o único Estado com maior qualidade e quantidade de temáticas de *podcasts*. Nos seis programas, encontramos a variação de locuções que acontece entre

homens e mulheres, incluindo mulheres negras. Ressaltamos que todos os episódios são de 2022. Na capital, em Salvador, há episódios disponibilizados no *podcast* “*Momentos*”. Cada episódio aborda uma temática específica de ações do governo como saúde na pandemia, economia, segurança pública e eleições 2020. A apresentação é do procurador do município, Rafael Carrera, e os episódios não foram renovados em 2023.

No cenário de *podcasts* da região Centro-Oeste, a pasta da Secretaria Estadual de Educação do Estado de Goiás produz o “*Podcast Educação em Prosa: nas ondas do conhecimento*”, que possui três episódios lançados e está disponível no *Spotify*. Segundo a proposta, o objetivo é sair do âmbito educacional e atingir a sociedade. A apresentação era feita por integrantes da Seduc de Goiás. Na capital, a Prefeitura de Goiânia não tem *podcast*; ela oferece, além do site oficial, redes sociais e um canal oficial no *YouTube* como meios de comunicação.

A imagem de *podcasts* da região Sudeste, mostra que o governo de São Paulo disponibiliza dois programas informativos, “*Boletim dicas de Cultura*”, divulgado às sextas-feiras e “*Podcast do Governo de SP*” com objetivo de compartilhar projetos e iniciativas da pasta. Os programas foram disponibilizados no *Soundcloud* e *Spotify*.

Por último, em relação à abrangência dos *podcasts* da região Sul, no Estado do Paraná, um *podcast* era trabalhado entre as pastas do governo. As Secretarias de Educação e do Esporte do Paraná – SEED-PR, lançaram o *podcast* “*Espiral*”. Os episódios discutem temas relacionados à cultura e ao esporte da rede pública de ensino. Outra forma de divulgação dos conteúdos são programas da Rádio Educativa (97,7 FM) editados e disponibilizados no *Spotify*. O último episódio foi ao ar em novembro de 2021. Em Curitiba, a prefeitura tem uma ferramenta chamada “*PodPrefs*”. O programa estava disponível no *Spotify*, mas perdeu o acesso. No entanto, um perfil verificado da Prefeitura de Curitiba no *Spotify*, disponibiliza playlists de músicas utilizadas em eventos públicos. A pesquisa não localizou ações de incentivo a essa ferramenta de comunicação para a sociedade, como detalha o Quadro 15.

Quadro 15 – Síntese dos resultados dos *podcasts* dos estados brasileiros

Região	Estado	<i>Podcast</i>	Apresentação	Último ep.	Plataforma
Norte	Pará	Não possui	Não possui	Não possui	Não possui
Nordeste	Bahia	<i>Bahia em Movimento</i>	Alexandre Santana	31 de outubro de 2022	Site do governo
Nordeste	Bahia	<i>Esporte por Toda Parte</i>	Marcus Carneiro	10 novembro de 2022	Site do governo

Nordeste	Bahia	<i>Hora Rural</i>	Intercala vozes femininas e masculinas.	23 dezembro de 2022	Site do governo.
Nordeste	Bahia	<i>Respeita as Minas</i>	Intercala vozes femininas e masculinas.	29 abril de 2022	Site do governo.
Nordeste	Bahia	<i>Boca de Afôfô</i>	Camilla França Mesacast	11 junho de 2022	Site do governo e youtube.
Centro-Oeste	Goiás	<i>Educação em Prosa: nas ondas do conhecimento</i>	Sara da equipe de gerência educação a distância do Seduc Goiás	Novembro de 2022	Spotify.
Sudeste	São Paulo	<i>Boletim dicas de Cultura</i>	Secretário de Cultura e Economia Criativa, Sérgio Sá Leitão	28 de junho de 2019	Site do governo
Sudeste	São Paulo	<i>Podcast do Governo de SP</i>	Larissa Diamantino	15 de maio de 2023	Site do governo/ Spotify e outras.
Sul	Paraná	<i>Espiral</i>	Felipe Martins	Novembro de 2021	Spotify.
Estado	Capital	<i>Podcast</i>	Apresentação	Último ep.	Plataforma
Pará	Belém	<i>Prefeitura de Belém - Fala Belém</i>	Jamila Magno e Carla Pereira	Abril de 2020	Spotify
Bahia	Salvador	<i>Momentos</i>	Rafael Carrera, procurador do município	20 de junho de 2020	Site do governo.
Goiás	Goiânia	Não possui	Não possui	Não possui	Não possui
São Paulo	Não possui	Não possui	Não possui	Não possui	Não possui
Paraná	Curitiba	<i>PodPrefs</i>	Não possui	Não possui	Spotify

Fonte: Elaborado pela autora.

Apesar da expansão do *podcasting*, por se tratar de uma ferramenta de áudio em desenvolvimento no Brasil, ele não é utilizado por governos estaduais para incentivar a prática da tecnologia por mulheres negras. Na busca por conhecer o cenário de *podcasts* abordados pelo poder público, nos sites das instituições, não identificamos iniciativas que favorecem a atividade. O quadro acima mostra programas utilizados como ferramentas de comunicação entre os poderes públicos e a sociedade. Somente na Bahia é que encontramos programas com variedade de temáticas específicas para comunidades e demandas sociais,

como equidade de gênero no *podcast Respeita as Minas*. Além disso, percebemos que mulheres negras participam das produções.

Ainda em relação à contextualização da cadeia produtiva das regiões brasileiras, reunimos informações sobre a *podosfera* no Brasil, de acordo com dados coletados entre 2020 e 2021, pela *PodPesquisa* (Associação Brasileira Brasileira de *Podcasters*, 2022). Ressaltamos que esta foi a primeira pesquisa nacional focada exclusivamente na cadeia produtiva de *podcast* e contou com o apoio de diversas agências de mídia. Algumas das atividades que correspondem aos bastidores da produção são as seguintes: roteiro, designer, pauta, edição, montagem, edição audiovisual, integrantes/colunistas, *host*/apresentação, social media, direção, design de áudio, vitrine, edição entre outras (Associação Brasileira de *Podcasters*, 2022).

Segundo a pesquisa, na cadeia produtiva de *podcasts* brasileiros, no que se refere identidade 85% dos produtores moram no Brasil e 15% em outros países; 75,7% dos produtores são homens e 23,3% são mulheres (Associação Brasileira de Podcast, 2022). A orientação sexual corresponde a 81,3% de heterossexuais declarados; 6,1% de homossexuais; 8,8% de bissexuais e 3,8% declaram ter outras orientações sexuais. Em relação à autodeclaração de cor ou raça, 58,8% são brancos; 22,7% pardos; 12,9% pretos; 2,4% amarelos e 3,2% autodeclarados de outras cores ou raças. A renda familiar mensal, contando a flexibilidade na produção, varia de R\$10 mil a R\$ 1 mil. Os dados mostram que 26,10% das famílias apresentam renda que varia entre R\$ 5 mil e R\$ 10 mil; em 24% delas a renda varia entre R\$ 1 mil até R\$ 3 mil; em 23,60% de R\$ 3 mil a R\$ 5 mil. O percentual de 11% abrange famílias com renda de R\$ 10 mil a R\$ 15 mil; 5,7% declararam renda acima de R\$ 20 mil; 5,20% entre R\$ 15 mil e R\$ 20 mil e 4,50% até R\$ 1 mil (Associação Brasileira de *Podcasters*, 2022).

A participação de produtores distribuídos pelas regiões do Brasil corresponde a 54,21% no Sudeste; 19,10% no Nordeste; 13,76% no Sul; 6,57% no Centro-Oeste e 2,05% no Norte. Entre os estados com maior participação, estão os seguintes: Amazonas (AM) com 0,82%; no Nordeste o estado do Ceará (CE) com 6,78%; no Centro-Oeste, o estado do Distrito Federal (DF) com 3,7%; no Sudeste, o estado de São Paulo concentra 35,52% e, no Sul, o Rio Grande do Sul possui 5,75% dos produtores (Associação Brasileira de Podcast, 2022).

Em relação ao comportamento dos produtores, o *podcasting* pode ser um produto multitarefa, pois 34,30% deles são apresentadores, editores e produtores; 13% são apresentadores, editores, produtores e colunistas e 6,50% são apresentadores e produtores. A

pesquisa revela que 44,60% dos programas são hospedados no Anchor e 87,2% deles usam o *Spotify* como plataforma de *streaming* e possuem o *YouTube* como tendência na distribuição. A tendência estava voltada à prática como hobby para 65,70% dos produtores contra 2,60% que viviam exclusivamente das receitas de *podcasts*; 4,70% trabalham com *podcast* para complementar a renda e 2,80% têm parte da renda vinda de *podcast* (Associação Brasileira de Podcast, 2022).

No viés econômico brasileiro, o índice mostra que 52,40% não fazem captação de recursos; 12,10% têm patronato e 3,80% contam com patronato somado a anúncios. Entre as temáticas, a comunicação lidera com 13% dos produtores. Em ordem decrescente, aparecem ensino/educação, produção de áudio e vídeo, tecnologia, publicidade/relações-públicas/marketing, jornalismo, direito, entre outros. Existem *podcasters* não detalhados, ativos desde 2004, porém uma nova geração de produtores passou a dominar o mercado entre 2016 e 2017.

Esses dados precisam ser observados considerando que apenas publicar áudio na internet não configura *podcasting*, segundo Luiz e Assis (2010). Por mais que possuam edições e periodicidade, não podem ser considerados *podcasts*. Conforme Vanassi (2007), produção, praticidade, disponibilidade, liberdade, tipos de arquivos e acesso são as características para a construção de um *podcasting*. Com o objetivo de aumentar o tempo de consumo entre clientes do *Spotify*, segundo publicação da revista *Isto É*, a plataforma atingiu 500 milhões de ouvintes no primeiro trimestre de 2023 e investiu em atualizações que atingirão *podcasters* e criadores de conteúdo. Conforme detalhou o site TecnoBlog, a plataforma recebe caminhos na tela inicial a qual exige música e *podcasts*; o novo feed garante ser a maior atualização dos últimos dez anos. Com as novidades parecidas com as ofertas de outros aplicativos, o serviço oferecerá *autoplay* e amplia o *upload* de vídeos, ou seja, qualquer criador poderá anexar *videocasts* na plataforma. O recurso *autoplay* aborda a estratégia usada pela *Netflix*, que inicia automaticamente outro vídeo na sequência do término. Outra atividade originada pela ausência de recursos teóricos sobre *podcasts* foi o desenvolvimento de um grupo de *podcasters* que escreveram um livro intitulado *Feminismos e podcasts*. A proposta defende a “militância feminista, fonte de pesquisa e ferramenta pedagógica” conectando “estratégias feministas, acadêmicas e interseccionais” e aponta formas de como fazer um programa.

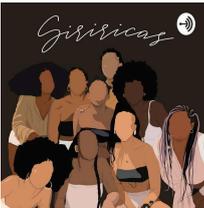
Ao abordarmos o contexto social e midiático de *podcasts* utilizados nos governos estaduais, distribuídos nas cinco regiões brasileiras, observamos que a ferramenta ainda é um produto de baixa produção nas esferas políticas e que não há incentivo para o fomento de

grupos sociais nessa tecnologia. Ainda com apoio de dados documentais secundários, contextualizamos o cenário do *podcasting* no Brasil. A partir desse recorte, segmentamos o percurso para apresentar as características das mulheres negras nos cinco *podcasts* selecionados no próximo item.

4.2 *Podcasts* apresentados por mulheres negras nas cinco regiões brasileiras

Neste subcapítulo, reunimos dados de cinco *podcasts* brasileiros apresentados por cinco mulheres negras contemplando todas as regiões do país (Quadro 16)

Quadro 16 – *Podcasts* brasileiros e *podcasters* pesquisadas

<i>Na Beira do Rio</i>	<i>Nossa Gente</i>	<i>Boca de Siri</i>	<i>Coletivo Siriricas</i>	<i>A Cor da Voz</i>
				
Elloane Carinié Norte	Maria Alves Nordeste	Laura Resende Centro-Oeste	Kenya Odara	Tainã Rosa
				

Fonte: Elaborado pela autora com acesso ao *Spotify* e *Instagram* em 10 nov. de 2023.

Primeiramente apresentamos as cinco mulheres que atuam nos *podcasts*, cuja as áreas de formação são diversas: design de interiores (Elloane, do Norte); Publicidade, Propaganda e Jornalismo (Maria, do Nordeste e Laura, do Centro-Oeste); Direito (Kenya, do Sudeste) e Letras (Tainã, do Sul). Três dessas mulheres realizam curso de pós-graduação em gestão de mídia: (Laura, do Centro-Oeste), Comunicação (Tainã, do Sul) e Desenvolvimento Sustentável Trópico Úmido (Elloane, do Norte).

Os *podcasts* apresentados por elas não possuem semelhanças nos títulos: *Na Beira do Rio* (Norte), *Nossa Gente* (Nordeste), *Boca de Siri* (Centro-Oeste), *Coletivo Siriricas*

(Sudeste) e *A Cor da Voz* (Sul). Todavia, os *podcasts Nossa Gente* (Norte), *A Cor da Voz* (Sul) e *Coletivo Siriricas* (Sudeste) apresentam semelhança na sinopse do *Spotify*. Nas descrições, as apresentações são direcionadas à produção de conteúdo feito por integrantes negras. Os assuntos abordados por esses três *podcasts* convergem significativamente. O *Nossa Gente*, do Norte busca apresentar personalidades negras da região nordeste, ou seja, profissionais negros que possuem alguma relevância jornalística para evidenciá-los em formato de entrevistas, de relatos pessoais ou de vivências específicas. O *podcast A Cor da Voz*, da região Sul, aborda diretamente o esclarecimento de temáticas antirracistas. Propõe mostrar, em formato de temporadas, propostas com o intuito de elucidar direitos, conceitos, acesso, linguagem, aspectos políticos, entre outros temas que fazem parte do ciclo de debate da negritude e da realidade indígena. Ainda nessa linha da negritude, o *Coletivo Siriricas*, da região Sudeste, também mostra um trabalho parecido: as sete mulheres discutem posicionamentos feministas contemporâneos em assuntos relacionados à comunidade negra. Em diversos episódios, as apresentadoras chegam a compartilhar memórias íntimas para contextualizar alguma pauta ou dar subsídio às vivências negras. A articulação do *podcast* mistura os assuntos das redes sociais com as expectativas e as dores que as mulheres negras enfrentam sob a perspectiva do passado, presente e futuro.

Já os demais - *Na Beira do Rio* da região Norte e *Boca de Siri*, da região Centro-Oeste - não fazem associação específica com a negritude no título ou contexto, mas apresentam semelhanças em relação à variedade temática. Nesses dois *podcasts*, ocorrem indícios de assuntos variados, como os “diálogos e conexões com os saberes da Amazônia Brasileira” e “assuntos que atravessam o cotidiano”, sem necessariamente defender uma linha de conteúdo ou deixar de abordar pautas feministas e antirracistas. Nesses dois *podcasts*, as conversas apresentam múltiplos formatos de abordagem como entrevistas, bate-papos, análises de produtos de discussão na *internet*, bem como as especificidades locais, como acontece na Amazônia, retratada pelo *podcast Na Beira do Rio* ou ainda as intimidades femininas no *Boca de Siri*. O *podcast* do Norte aponta diretamente as vivências da comunidade que trata de temas culturais, históricos, sociais, meio ambiente, literatura e mulheres étnicas da região. O *Boca de Siri* vai atingir, além das dores das mulheres, segredos de relacionamentos afetivos, diversidade, maternidade, entre outras pautas que podem ser direcionadas ao Mato Grosso e à região Centro-Oeste.

Conforme apresentamos no “Quadro 17 – Síntese da análise de dados documentais dos cinco *podcasts*”, a partir da metodologia proposta (Winter *et al*, 2021), detalhamos os principais temas: descrição do *Spotify*; formato; quantidade de apresentadoras; data de

lançamento do primeiro episódio do *podcast*; a totalidade de episódios; como acontece a periodicidade e a autodefinição do episódio no *Spotify*.

Quadro 17 – Síntese da análise de dados documentais dos cinco *podcasts*

CATEGORIAS (WINTER <i>et al</i> , 2021)	<i>Na Beira do Rio</i> (Norte)	<i>Nossa Gente</i> (Nordeste)	<i>Boca de Siri</i> (Centro-Oeste)	<i>Coletivo Siriricas</i> (Sudeste)	<i>A Cor da Voz</i> (Sul)
a) Principais temas:	Culturas, etnias, sociodiversidade e (amazônica, conexões) educação (literatura, ciência, saberes, seres) profissões (design).	Raça, profissões (profissionais negros), música, cultura, audiovisual, autoestima, histórias e (personalidades)	Variados: educação sexual, redes sociais (atualidade), autoajuda.	Educação sexual, redes sociais (representatividade), autoconhecimento e maternidade.	Raça negra (etnias, identidades indígenas), profissões, arte negra, política, cultura, feminismo negro, educação, saúde.
b) Formato:	Opinativo	Entrevista	Debate	Debate	Entrevista
c) N° apresentadoras:	Duas Elloane Carinie Andreia França	Uma Maria Alves	Duas Laura Resende Débora Nunes	Sete Amanda Porto, Ana Beatriz, Beatriz Stephany, Flavia Alves, Karina Queiroz, Kenya Odara, Taina Lopes	Uma Tainã Rosa
d) Data lançamento do primeiro episódio:	08/03/2021	junho de 2021	02/03/2022	julho de 2019	agosto 2020
e) N° ep. até setembro de 2023:	38	71	41	35	57
f) Relação mercadológica:	Independente	Veículo de comunicação	Independente	Independente	Independente
g) Periodicidade:	Sem periodicidade	Sem periodicidade	Quinzenal	Mensal	Três temporadas por ano com episódios quinzenais.
h) Autodefinição <i>Spotify</i> :	“Se queres ser universal, começa por pintar a tua aldeia”	" <i>Nossa Gente</i> " é um <i>Podcast</i> da Tv Band Bahia. A jornalista Maria Lorena	No <i>Podcast Boca de Siri</i> , falamos sobre assuntos variados que, de	Coletivo de 7 mulheres negras que falam sobre autoconhecimento	Ubuntu! Você está ouvindo <i>A Cor da Voz</i> , um <i>podcast</i> negro que

	#Tolstói. <i>Na Beira do Rio</i> , é uma série de <i>podcasts</i> que celebra seres, saberes, vivências, diálogos e conexões na #Amazônia brasileira - é apresentado por Andreia França e Elloane Carinie, diretamente da cidade de #Santana no estado do #Amapá.	Alves conta a trajetória de vida de artistas, personalidades e profissionais negros das mais diversas áreas. Um espaço para valorizar histórias inspiradoras e ecoar a nossa voz. O <i>podcast</i> é para que a “ <i>Nossa Gente</i> ” se reconheça e se escute.	uma forma ou de outra, atravessam nosso cotidiano. De forma descontraída e leve, buscamos aproximar você destes temas, pra lembrar que você é gente como a gente! Mas assim... <i>Boca de Siri</i> , hein?! O <i>Boca de Siri</i> é apresentado pelas comunicadoras Deborah Nunes e Laura Resende. Produzido no estúdio Altia <i>Podcasts</i> . Estaremos por aqui toda quinzena às quintas-feiras. A gente te espera!	ento, maternidade, sexualidade, carreira profissional, trazendo representatividade, criando laços, memórias e novas narrativas.	discute experiências negras de vida, arte negra e conceitos vinculados aos debates raciais. Meu nome é Tainã Rosa, eu sou professora, literata e produtora cultural deste canal.
--	---	--	--	---	--

Fonte: Elaboração da autora.

O *podcast* da região Norte, *Na Beira do Rio*, apresenta entre os principais temas, a cultura, o feminismo, as etnias, a sociobiodiversidade fortemente ligada com conexões amazônicas, bem como a educação na abrangência de literaturas, ciências e saberes. A descrição do *podcast* no *Spotify* é “Se queres ser universal, começa por pintar a tua aldeia” #Tolstói. *Na Beira do Rio*, é uma série de *podcasts* que celebra seres, saberes, vivências, diálogos e conexões. Na #Amazônia brasileira, é apresentado por Andreia França e Elloane Carinie, diretamente da cidade de #Santana no estado do #Amapá” (Spotify, 2023). O formato do programa é opinativo. Ele é dividido entre as duas apresentadoras, Elloane Carinie e Andreia França, que discorrem sobre assuntos como se fossem aulas expositivas (Winter *et al.*, 2021). O primeiro episódio foi lançado no Dia Internacional da Mulher, oito de março de 2021 e, até setembro de 2023, apresentava um total de 38 episódios com relação mercadológica independente. O *Na Beira do Rio* não apresenta periodicidade, e a descrição do episódio no *Spotify* é “Mulher Amazônida, um episódio por meio do qual nos pusemos a refletir acerca de aspectos nossos, das mulheres fortes do nosso Norte!” (Spotify, 2023).

Representando a região Nordeste, o *podcast Nossa Gente*, apresenta, entre os principais temas, a abordagem de profissões negras, música, cultura, histórias de personalidades negras e feminismo negro. A descrição do *podcast* no *Spotify* é "*Nossa Gente*"; é um *Podcast* da Tv Band Bahia. A jornalista Maria Lorena Alves conta a trajetória de vida de artistas, personalidades e profissionais negros das mais diversas áreas. É um espaço cuja finalidade é valorizar histórias inspiradoras e ecoar a nossa voz. O *podcast* é para que a "*Nossa Gente*" se reconheça e se escute" (Spotify, 2023). O programa utiliza, como formato, a entrevista com artistas e pessoas desconhecidas da população em geral e conta com apenas uma apresentadora, Maria Lorena Alves. A data de lançamento do primeiro episódio foi em junho de 2021 e, até setembro de 2023, apresentava um total de 71 episódios, sem periodização. Na relação mercadológica, o *Nossa Gente* é considerado como o único *podcast* desta pesquisa que pertence a um veículo de comunicação: a Band Bahia; ele não possui periodicidade definida. A descrição do episódio no *Spotify* é "A jornalista carioca Cynthia Martins é uma das poucas apresentadoras negras na TV aberta nacional. Ela comanda o Jornal da Noite na Band e esteve em Salvador para receber o prêmio "Maria Felipa", que homenageia mulheres negras no 25 de Julho, Dia da Mulher Negra Latino-Americana e Caribenha e o dia de Tereza de Benguela. Ela conversou com Maria Lorena Alves no *Nossa Gente*" (Spotify, 2023).

Em seguida, o *podcast Boca de Siri* trata de assuntos variados. Aborda temáticas que vão desde a educação sexual, redes sociais até assuntos da atualidade, autoajuda e feminismo. A descrição do *podcast* no *Spotify* é "No *Podcast Boca de Siri*, falamos sobre assuntos variados que, de uma forma ou de outra, atravessam nosso cotidiano. De forma descontraída e leve, buscamos aproximar você desses temas, pra lembrar que você é gente como a gente! Mas assim... *Boca de Siri*, hein?! O *Boca de Siri* é apresentado pelas comunicadoras Deborah Nunes e Laura Resende e é produzido no estúdio Altia *Podcasts*. Estaremos por aqui toda quinzena às quintas-feiras. A gente te espera!" (Spotify, 2023). No formato de debate, Laura Resende e Débora Nunes são as apresentadoras com 41 episódios lançados até setembro de 2023. Com periodização quinzenal, o programa apresenta relação mercadológica independente, com o registro do lançamento do primeiro episódio no dia 02 de março de 2022. A descrição do episódio no *Spotify* é "Do ondulado ao crespo, tem coisa que só quem viveu sabe, né? Neste episódio, Laura e Deborah conversam sobre as dores e as delícias de ser cacheada. Quem disse que cacho/crespo não é um cabelo social e arrumado? (Fica a dica aí, salões de beleza!) Dá o play pra saber os segredos sobre as belezas, dificuldades e também os preconceitos" (Spotify, 2023).

Da região Centro-Oeste, o *podcast Coletivo Siriricas* apresenta, entre as temáticas, a abordagem de educação sexual, redes sociais, feminismo negro, autoconhecimento e maternidade. A descrição do *podcast* no *Spotify* é “Coletivo de 7 mulheres negras que falam sobre autoconhecimento, maternidade, sexualidade, carreira profissional, trazendo representatividade, criando laços, memórias e novas narrativas” (Spotify, 2023). O programa é formado por um time de sete mulheres apresentadoras, identificadas como Amanda Porto, Ana Beatriz, Beatriz Stephany, Flavia Alves, Karina Queiroz, Kenya Odara e Tainá Lopes com o formato de debate desde o primeiro episódio, lançado em julho de 2019. Com relação mercadológica independente até setembro de 2023, apresentava 35 episódios distribuídos no *Spotify* na periodização mensal. A relação mercadológica do *Coletivo Siriricas* é independente. A descrição do episódio no *Spotify* é “Neste episódio, 3 de nossas integrantes discutem entre si sobre a expectativa de vida no meio acadêmico e profissional para mulher negra desde sua infância, compartilhando suas histórias e mostrando que nem sempre a perspectiva de vida está presente na vida dos negros” (Spotify, 2023).

Por fim, o *podcast A Cor da Voz*, que representa a região Sul e apresenta como principais temas a abordagem de etnias, identidades negras e indígenas, profissões, arte negra, política, feminismo negro entre outros assuntos. A descrição do *podcast* no *Spotify* é “Ubuntu! Você está ouvindo *A Cor da Voz*, um *podcast* negro que discute experiências negras de vida, arte negra e conceitos vinculados aos debates raciais. Meu nome é Tainã Rosa, eu sou professora, literata e produtora cultural deste canal” (Spotify, 2023). No formato de entrevista, conta apenas com a apresentadora Tainã Rosa, desde o primeiro episódio lançado em agosto de 2020 no *Spotify*. A pesquisa identificou que, até setembro de 2023, o *podcast* apresentava 57 episódios com relação mercadológica independente. A periodicidade acontece de acordo com as temporadas, que ocorrem, em média, três vezes ao ano com divulgação de episódios quinzenais. A descrição do episódio no *Spotify* é “Tp.2 Ep.#3 Colaborações de Carol Anchieta e Hallana Vitória” (Spotify, 2023).

Após as definições dos *podcasts*, apresentamos uma análise documental de um episódio⁵ através de estratégia metodológica de análises de variáveis (Bufarah, 2020): aspectos gerais, veiculação, formais, recursos de produção, variáveis temáticas, recursos narrativos, formatos, tempo, autoria, finalidade e interatividade.

⁵ O critério de seleção dos cinco episódios corresponde à necessidade de apresentação, no título ou contexto audiodfônico, da abordagem temática de mulheres negras.

Quadro 18 – Síntese dos resultados da análise de dados documentais dos episódios

a) Dados gerais:	<i>Na Beira do Rio-Região Norte</i>	<i>Nossa Gente -Região Nordeste</i>	<i>Boca de Siri -Região Centro-Oeste</i>	<i>Coletivo Siriricas -Região Sudeste</i>	<i>A Cor da Voz -Região Sul.</i>
b) Veiculação:	<i>Streaming-Spotify</i>	<i>Streaming-Spotify</i>	<i>Streaming-Spotify</i>	<i>Streaming-Spotify</i>	<i>Streaming-Spotify</i>
c) Aspectos formais:	Independente - Brasil - <i>NBDR 16_ de Luzia a Beyoncé - forte como uma mulher do norte.</i>	Band Bahia - Brasil - <i>Cynthia Martins</i>	Independente - Brasil - <i>Episódio #31_ Essa é pras minas, pras cacheadas</i>	Independente - Brasil - <i>Falta de perspectiva da mulher negra Episódio #11</i>	Independente - Brasil - <i>Tp.2 Ep.#3 Mulheres negras na comunicação: ampliação do olhar.</i>
d) Recursos de produção:	Presença de capa, efeitos sonoros, comunicadoras, produção independente	Presença de capa, efeitos sonoros, comunicadora, produção independente	Presença de capa, efeitos sonoros, comunicadoras, equipe de produção.	Presença de capa, efeitos sonoros, comunicadoras, produção independente.	Presença de capa, efeitos sonoros, comunicadora, equipe de produção.
e) Variáveis temáticas:	Quem são as mulheres da amazônia, críticas políticas, histórias pessoais de mulheres, profissões com mulheres, multiplicidade de identidades, violência de gênero.	Raça negra no telejornalismo. Jornalista âncora de um jornal, Cynthia Martins falou sobre o papel/espço no jornalismo. Representatividade feminina negra no jornalismo. Racismo e violências.	Estética (cabelos cacheados), transição capilar, racismo, mulheres, bullying escolar - racistas - “sofri bullying me chamavam de cabelo de bombril”, Resende.	Ausência de autoestima na infância, família interracial, educação familiar, mudança entre as gerações e acesso a informação, sem exemplo de familiares negros com graduação,	Entrevista com duas mulheres na comunicação, literatura decolonial, crítica na ausência de mulheres negras na publicidade, crítica ao espaço racista na comunicação, racismo em formato de medo para abordar temas na internet. identidade negra para fortalecer o protagonismo. cinema negro.
f) Recursos narrativos:	Gênero opinativo (testemunhal)	Informativo (entrevista)	Opinativo (comentário)	Opinativo (Debate)	Informativo (entrevista)
g) Formatos:	Uso de áudio, sem <i>videocast</i> . trilha inicial, efeitos sonoros,	Uso de áudio, sem <i>videocast</i> . vinheta de abertura, trilha	Uso de áudio, sem <i>videocast</i> . efeitos musicais, vinheta de	Uso de áudio, sem <i>videocast</i> . música de abertura, trilha	Uso de áudio, sem <i>videocast</i> . vinheta de abertura, trilha

	música, música final,	seca, vinheta final.	abertura, vinheta final.	seca para fala e vinheta final.	seca, vinheta de final.
h) Tempo:	56:54 (longo: acima de 15m)	22:41 (longo: acima de 15m)	39:49 (longo: acima de 15m)	45:15 (longo: acima de 15m)	48:50 (longo: acima de 15m)
i) Autoria:	Leiga (fora da comunicação)	Profissional da comunicação	Leiga (fora da comunicação)	Profissional da comunicação	Leiga (fora da comunicação)
j) Finalidade:	Informar	Apresentar	Informar	Motivar	Informar
k) Interatividade:	Redes sociais	Redes sociais	Redes sociais	Redes sociais	Redes sociais

Fonte: Elaborado pela autora.

No *podcast Na Beira do Rio* (Norte), veiculado pelo *Spotify* o episódio brasileiro de marca independente é ***NBDR 16_ de Luzia a Beyoncé – Forte como uma Mulher do Norte***. Os recursos de produção desse episódio mobilizadas próprias apresentadoras: Elloane é responsável pela roteirização e pesquisa; Andreia, pela edição de áudio e publicidade. As variáveis temáticas do episódio correspondem à apresentação de quem são as mulheres da Amazônia, a críticas políticas, histórias pessoais de mulheres, profissões com mulheres, além de abordarem a multiplicidade de identidades e a violência de gênero. Os recursos narrativos atingem o gênero opinativo com formato testemunhal que é “a fala do apresentador narrando fatos que aconteceram com ele de forma a servir de alerta para os demais ouvintes” (Bufarah, 2020, p.7). Quanto ao formato, são utilizadas vinhetas de introdução, entradas de áudios, mixagem de músicas até o conteúdo em trilha seca. O tempo do episódio é de 56 minutos, considerado longo, por ser registrado acima de 15 minutos. A autoria corresponde à apresentação do episódio, realizado por mulheres leigas, já que, segundo Bufarah (2020), o termo corresponde a pessoas que não são profissionais da comunicação. A finalidade do episódio é informar - com interatividade em redes sociais, principalmente, no *Instagram*, que tem mais de seis mil seguidores – mas possui baixa ou inexistente inserção de comentários.

No *podcast Nossa Gente* (Nordeste), veiculado pelo *Spotify* o episódio brasileiro de marca independente é ***Cynthia Martins***. Os recursos de produção apresentam a presença de capa, efeitos sonoros, uma comunicadora e produção independente. As variáveis temáticas nesse episódio correspondem à discussão de aspectos relacionados à raça negra no telejornalismo. A jornalista convidada, Cynthia Martins, é âncora de um jornal e falou sobre o papel/espço no jornalismo, representatividade feminina negra no jornalismo, racismo e violências. Quanto aos recursos narrativos, identificamos o episódio como informativo no modo de entrevista, no formato de uso exclusivo de áudio, sem *videocast* ou *mesacast*, vinheta de abertura, trilha seca, vinheta final. O tempo de 22:41 minutos classifica-o como

longo, pelo fato não só de ultrapassar os 15 minutos de conteúdo, mas também pela autoria ser proposta por uma profissional da comunicação. A finalidade do episódio é apresentar, e a interatividade acontece por meio de redes sociais pessoais da *podcaster*.

No *podcast Boca de Siri* (Centro-Oeste), veiculado pelo *Spotify* o episódio brasileiro de marca independente é ***Episódio #31_ Essa é pras minas, pras cacheadas***. Em relação aos recursos de produção, identificamos a presença de capa, efeitos sonoros, apresentação de comunicadoras e equipe de produção. As variáveis temáticas desse episódio correspondem à discussão sobre estética (cabelos cacheados), transição capilar, racismo, mulheres, bullying escolar, situações racistas e beleza feminina. Quanto aos recursos narrativos, se trata de um episódio opinativo no modo comentário que “tem a função de explicar a notícia, seu alcance, suas circunstâncias e contexto” (Bufarah, 2020, p.7). O formato utiliza exclusivamente áudio, sem *videocast*, efeitos musicais, vinheta de abertura e vinheta final. O tempo de 39:49 minutos classifica-o como um episódio longo; a autoria é de uma comunicadora leiga, que corresponde a não profissionais da comunicação (Bufarah, 2020). A finalidade do episódio é informar, e a interatividade com os ouvintes acontece através das redes sociais, principalmente o *Instagram*.

No *podcast Coletivo Siricas* (Sudeste), veiculado pelo *Spotify* o episódio brasileiro de marca independente é ***Falta de perspectiva da mulher negra Episódio #11***. Esse programa apresenta como recursos de produção capa, efeitos sonoros, comunicadoras e produção independente. Quanto às variáveis temáticas, o episódio aborda a ausência de autoestima na infância, família inter-racial, educação familiar, mudança entre as gerações e o acesso à informação. Não apresenta familiares negros com graduação, o que classifica o episódio, quanto a recursos narrativos, como formato opinativo e modo debate, que é o “formato que utiliza um moderador em meio a participantes que apresentam visões diferentes sobre os fatos em questão” (Bufarah, 2020, p.7). Esse formato utiliza o áudio exclusivamente, sem *videocast* ou *mesacast* com música de abertura, trilha seca para fala e vinheta final. O tempo de 45:15 minutos classifica o conteúdo como longo e de autoria leiga, ou seja, com a presença de uma não profissional da comunicação (Bufarah, 2020). A finalidade do episódio é motivar, e a interatividade com os ouvintes ocorre nas redes sociais do *podcast*.

No *podcast A Cor da Voz* (Sul), veiculado pelo *Spotify* o episódio brasileiro de marca independente é ***“Tp.2 Ep.#3 Mulheres negras na comunicação: ampliação do olhar”***. Os recursos de produção apresentam capas, efeitos sonoros, uma comunicadora e equipe de produção. As variáveis temáticas desse episódio correspondem a uma entrevista com duas mulheres na comunicação, literatura decolonial, crítica à ausência de mulheres negras na

publicidade, crítica ao espaço racista na comunicação, identidade negra para fortalecer o protagonismo e cinema negro. Em relação aos recursos narrativos, está enquadrado no formato informativo no modo entrevista. O formato do episódio corresponde exclusivamente ao uso de áudio, sem *videocast* ou *mesacast*; utiliza vinheta de abertura, trilha seca, vinheta de final. O tempo de 48:50 minutos classifica-o como longo, e a autoria é leiga, ou seja, conta com uma comunicadora não profissional da comunicação (Bufarah, 2020). O episódio tem a finalidade de informar, com interatividade de ouvintes, através de redes sociais.

Em relação à análise transversal dos cinco episódios, no que se refere à variedade temática, a maioria deles têm em comum a especificação de conteúdos sobre a cultura negra, a qual aparece em três dos cinco programas. Dois deles apontam assuntos relacionados ao cotidiano e aos saberes locais. Ao comparar as cinco regiões, os temas referentes às características da comunidade negra ocorrem no Nordeste, Sudeste e Sul, enquanto a especificação de sociobiodiversidade aparece no Norte e variedade no Centro-Oeste.

Sobre os formatos, dois, dos cinco pares de episódios, reproduzem metodologias iguais de trabalho, já que as categorias de debate e entrevista se repetem entre eles; apenas um se enquadra na categoria de opinativo. Na comparação das cinco regiões brasileiras, as versões de debate são realizadas no Centro-Oeste e Sudeste; as entrevistas são feitas no Nordeste e no Sul, embora o formato opinativo aconteça no Norte.

Em relação à data de lançamento do primeiro episódio de cada *podcast*, ressaltamos que ela indica o tempo em que o programa foi disponibilizado no *Spotify*. Entre os cinco, a maioria está há dois anos ou mais no ar; apenas um foi lançado há um ano. Verificando as cinco regiões, constatamos que o *podcast* da região Sudeste apresenta quatro anos de existência até 2023, seguido da região Sul, com três anos; Norte e Nordeste, com dois anos e, por fim, o mais recente pertence à região Centro-Oeste.

Acerca do número de episódios de cada *podcast*, até setembro de 2023, em comum todos apresentam o fato de terem mais de 30 edições disponibilizadas no *Spotify*. Cada episódio apresenta mais de 15 minutos de duração, o que os classifica como longos. Na conferência das cinco regiões, os *podcasts* das regiões Norte, Centro-Oeste e Sudeste apresentam menos de 50 episódios. Já em relação aos que representam as regiões Nordeste e Sul, o balanço está acima de 50. O produto que se destaca é o *Nossa Gente* com 71 episódios, até setembro de 2023.

Quanto à relação mercadológica, a independência dos *podcasts* foi recorrente nos cinco analisados, sendo que somente um deles pertence a um veículo de comunicação. Portanto, entre quatro *podcasts*, a autonomia, no que diz respeito à tomada de decisões, ocorre

entre as integrantes produtoras dos programas. No que se refere às regiões brasileiras, de Norte a Sul, os *podcasts* são autônomos e na região Nordeste ele está ligado a um meio de comunicação de massa.

No que tange à periodicidade, os cinco *podcasts* apresentam dificuldades de frequência entre as divulgações. Dois deles escolheram disponibilizar os episódios quinzenalmente; outros dois não apresentam periodização definida e apenas um trabalha com produção mensal. Por comparação, as regiões Norte e Nordeste não apresentam periodicidade, enquanto, no Centro-Oeste e no Sul, as formas são quinzenais. Somente no Sudeste a liberação acontece uma vez ao mês.

Em suma, sobre as definições do *Spotify*, de cada um dos cinco *episódios*, em geral as apresentações são divergentes, porém há aproximações entre conceitos. Apesar de as condições ocorrerem por vozes femininas e também vozes negras, as descrições apontam abrangência de público e regionalidade. Apenas um deles direciona o conteúdo especificamente para mulheres negras. Portanto, as regiões que produzem *podcasts*, de Norte a Sul, oferecem as narrativas para toda a população digital que demonstrar interesse de escuta; somente o *podcasts* da região Sudeste direciona a conversa para a negritude feminina. A partir disso, elencamos a análise do conteúdo dos episódios dos cinco *podcasts*, como mostra o Quadro 19.

Quadro 19 – Conteúdo dos episódios dos cinco *podcasts*

CATEGORIA:	UNIDADE:
EPISÓDIO: <i>NBDR 16_ de Luzia a Beyoncé – Forte como uma Mulher do Norte</i>	
Análise do material:	O episódio aborda quem são as mulheres da Amazônia. A dupla fez críticas políticas, contaram histórias pessoais de mulheres, falaram das profissões com mulheres, mencionaram a multiplicidade de identidades e violência de gênero.
Contextualização do material:	O conteúdo está na dimensão cultural.
EPISÓDIO: <i>Cynthia Martins</i>	
Análise do material:	Cynthia Martins falou sobre o papel/espço no jornalismo; representatividade feminina negra no jornalismo. E fez críticas sobre racismo e violências femininas.
Contextualização do material:	O conteúdo está na dimensão social.
EPISÓDIO: <i>Episódio #31_ Essa é pras minas, pras cacheadas</i>	
Análise do material:	O episódio abordou aspectos de bullying escolar na

	infância, situações racistas - “sofri bullying me chamavam de cabelo de bombril”, Resende. Comentaram sobre as dificuldades e beleza de cabelos cacheados.
Contextualização do material:	O conteúdo está na dimensão social.
EPISÓDIO: <i>Falta de perspectiva da mulher negra Episódio #11</i>	
Análise do material:	Três <i>hosts</i> discutiram a mudança entre as gerações no acesso à informação, oportunidades e vivências pessoais, lamentaram não ter exemplos de familiares negros com graduação.
Contextualização do material	O conteúdo está na dimensão social.
EPISÓDIO: <i>Tp.2 Ep.#3 Mulheres negras na comunicação: ampliação do olhar</i>	
Análise do material:	A <i>podcaster</i> entrevistou duas comunicadoras que criticaram o espaço racista da comunicação, racismo em formato de medo para abordar temas na <i>internet</i> . Identidade negra para fortalecer o protagonismo. Cinema negro.
Contextualização do material:	O conteúdo está na dimensão cultural.

Fonte: Elaborado pela autora.

O episódio *NBDR 16_ de Luzia a Beyoncé – Forte como uma Mulher do Norte* do *podcast Na Beira do Rio*, de acordo com a contextualização do material (Mustafá e Pinheiro, 2021), foi classificado como conteúdo na dimensão cultural citando as particularidades das identidades de mulheres amazônicas. Um exemplo disso é a fala “a violência contra a mulher é aceita pelo estado e na cultura do seringal; muitas mulheres eram traficadas, vendidas, encomendadas, e isso foi construindo uma violência particular da mulher amazônica” (CARINIE, 2022) _43:15_. Na análise do material, ainda observamos que a dupla de *hosts* foi compartilhando características de quem são as mulheres da Amazônia. Com críticas políticas, contaram histórias pessoais de mulheres, falaram das profissões de mulheres atuantes, mencionaram a multiplicidade de identidades e a violência de gênero.

O conteúdo do episódio *Cynthia Martins* do *podcast Nossa Gente* foi classificado na categoria dimensão social (Mustafá e Pinheiro, 2021). A *podcaster* entrevista a jornalista, que faz comentários sobre a atuação, como uma mulher âncora negra, no telejornal. Ela faz críticas à ausência de representantes na TV e no jornalismo. Um exemplo disso é a fala “desde que eu comecei a ter essa consciência racial mesmo, né, de entender os lugares que a gente ainda não ocupa, é realmente uma bandeira muito cara, é um assunto muito caro pra mim. Porque, como você disse, ainda somos muito poucos e poucas dentro do jornalismo

brasileiro” (MARTINS, 2022) _1:27_. Ainda no programa, dentro da análise do material, a jornalista abordou a questão do olhar exterior, a identidade negra. A questão da autoestima feminina negra foi mencionada no episódio “essa questão da autoestima acompanha a gente desde sempre. Minha família começou a fazer isso com o meu quando eu tinha cinco ou seis anos. Eu não culpo minha família não, eu culpo o racismo mesmo, como foi agressivo para o couro cabeludo de uma criança” (Martins, 2022).

Na análise do material do episódio *Episódio #31_ Essa é pras minas, pras cacheadas* do *podcast Boca de Siri*, identificamos a abordagem do conteúdo relacionado às situações em que a *host* negra, Laura Resende, revelou ter sofrido bullying escolar na infância, por conta do cabelo. Como exemplo disso, citamos a fala “sofri bullyings, me chamavam de cabelo de bombрил” (Resende, 2023). Nesse episódio, Laura se apresenta com a dupla, e conversam sobre situações pessoais envolvendo os cabelos cacheados. Ainda comentaram sobre as dificuldades e as belezas dos cabelos, enquanto compartilhavam histórias que envolviam a temática. O conteúdo se enquadra na dimensão social.

O episódio *Falta de perspectiva da mulher negra Episódio #11*, do *podcast Coletivo Siriricas*, apresenta, na análise do material, entre diversos temas, a peculiaridade do acesso à informação e a oportunidades existentes entre as gerações passadas e as atuais. Como exemplo disso, temos a fala “até durante muito tempo né, até meus 12, 13, 14 anos eu nem imaginava, nem conseguia pensar em uma carreira profissional, nem conseguia pensar também em uma vida emocional, porque preta não via namorando na minha idade nunca” (Reis, 2020). No mesmo episódio, ainda comentaram sobre as vivências pessoais, lamentaram não ter exemplos de familiares negros com graduação, a ausência de expectativas de vida, mas, não necessariamente, a falta de incentivo de acesso à educação. O conteúdo faz parte da dimensão social.

O episódio *Tp.2 Ep.#3 Mulheres negras na comunicação: ampliação do olhar*, do *podcast A Cor da Voz*, mostra, como análise do material, uma entrevista com duas mulheres negras comunicadoras que criticaram o espaço racista da comunicação brasileira. Relataram as consequências do racismo em formato de medo para abordar temas na *internet* e na produção independente. O exemplo disso é a fala “a gente não se vê na comunicação, se não estamos se vendo, não está acontecendo nada” (Anchieta, 2020). Ainda como análise, o episódio abordou a identidade negra para fortalecer o protagonismo das mulheres no mercado. Quanto às relações do cinema negro, “o mercado de trabalho é racista, elitista e, durante a minha graduação, eu não tive referências pretas” (Vitória, 2020). O conteúdo se enquadra na dimensão cultural.

No que se refere à análise transversal dos episódios dos *podcasts* das cinco regiões, detalhamos as características e destacamos as diversidades regionais. Quanto aos dados gerais, referentes ao nome dos *podcasts* em que os episódios estão inseridos, os títulos das regiões, identificados como *Boca de Siri* e *A Cor da Voz*, indicam o uso vocal como característica do programa. Dois dos *podcasts* sugerem a especificidade do grupo, o *Nossa Gente* e *Coletivo Siriricas*. Apenas um deles não faz relação aos demais, identificado como *Na Beira do Rio*. Ao comparar as cinco regiões, as ideias de uso vocal estão pautadas nas regiões Centro-Oeste e Sul, enquanto a concepção de comunidade está no Sudeste e Nordeste. Somente a região Norte não faz relação com os dados gerais dos demais episódios.

Sobre a veiculação dos episódios dos *podcasts*, todos são distribuídos por plataformas de *streaming* através do *Spotify*. Além da ferramenta, os episódios de quatro *podcasts* como *Na Beira do Rio*, *Boca de Siri* e *Coletivo Siriricas* e *A Cor da Voz* utilizam as redes sociais para fomentar a audiência. Apenas um dos *podcasts* não possui redes sociais próprias para divulgar os episódios, o *Nossa Gente*. Ao comparar as cinco regiões, a utilização de plataformas de *streaming* e *Spotify* aparecem de Norte a Sul do Brasil.

Quanto aos aspectos formais que indicam informações sobre as marcas de empresas a que os episódios pertencem (Bufarah, 2020) ou os títulos dos programas, quatro dos cinco episódios possuem marcas independentes, com exceção do *Nossa Gente* que pertence à Band Bahia. Em relação aos títulos, os cinco episódios indicam que o conteúdo abordará assuntos sobre mulheres, no entanto três dos episódios promovem especificidades de cada região, como *NBDR 16_ de Luzia a Beyoncé- Forte como uma Mulher do Norte (Na Beira do Rio)*, *Cynthia Martins (Nossa Gente)* e *Episódio #31_ Essa é pras minas, pras cacheadas (Boca de Siri)*. Dois dos episódios indicam temas de mulheres negras no conteúdo, como a *Falta de perspectiva da mulher negra Episódio #11 (Coletivo Siriricas)* e *Tp.2 Ep.#3 Mulheres negras na comunicação: ampliação do olhar (A Cor da Voz)*. Ao comparar as regiões, os aspectos formais em relação a mulheres aparecem nos episódios de Norte a Sul, enquanto a temática de mulheres negras aparece nos episódios das regiões Centro-Oeste e Sul.

Em relação aos recursos de produção, os cinco episódios mostram semelhanças quanto à utilização de capa e de efeitos sonoros na audição do conteúdo. No entanto, três dos episódios apresentam produções independentes nos *podcasts* *Na Beira do Rio*, *Nossa Gente* e *Coletivo Siriricas*. Dois dos episódios contam com o apoio de equipes de produção, como nos *podcasts* *Boca de Siri* e *A Cor da Voz*. Na comparação entre as regiões, estratégias de recursos são recorrentes na maioria delas - como Norte, Nordeste e Centro-Oeste - enquanto no

Centro-Oeste, um *podcast* apresenta produtora profissional na edição dos episódios; já no Sul uma equipe institucional apoia a criação de episódios do *podcast A Cor da Voz*.

No que diz respeito às variáveis temáticas, os episódios abordam assuntos referentes às personalidades das mulheres brasileiras. No entanto, em quatro dos *podcasts*, as principais temáticas versam sobre especificidades de mulheres negras, como “casos de racismo”, “expectativas de mulheres negras” e “mulheres negras na comunicação”. Somente um episódio trata especificamente de mulheres que pertencem à região Norte, como “a multiplicidade de identidades, violência de gênero e as mulheres da Amazônia”. Em comparação às regiões, as temáticas de mulheres são abordadas de Norte a Sul do país através dos episódios, enquanto no Norte a abordagem abrange as mulheres quilombolas, indígenas, amazonenses e identidades locais.

No que se relaciona aos recursos narrativos que classificam os gêneros dos episódios, três dos episódios apresentam semelhanças no gênero opinativo, mas de formatos distintos como os episódios dos *podcasts Na Beira do Rio*, que apresenta formato testemunhal; *Boca de Siri*, que trabalha no formato de comentário e *Coletivo Siriricas*, que utiliza o formato de debate. No entanto, apenas dois dos episódios dos *podcasts Nossa Gente* e *A Cor da Voz* usam recursos narrativos de gênero informativo e formatos de entrevistas. Em comparação às regiões, os gêneros opinativos aparecem com ênfase nas regiões Norte, Centro-Oeste e Sudeste, enquanto as modalidades de informação através de entrevistas aparecem no Nordeste e Sul.

Quanto ao formato, o uso de áudio prevalece na divulgação dos episódios dos cinco *podcasts*, já que não foram identificados *mesacasts* ou *videocasts* nos programas analisados. A maioria dos episódios apresenta vinhetas de abertura, trilha seca para locução ou conversa e vinheta final, para o encerramento da conversa, como se observa nos *podcasts Nossa Gente* e *Coletivo Siriricas*. No entanto, dois dos episódios dos cinco *podcasts* apresentam efeitos sonoros durante a fala, como *Na Beira do Rio* e *Boca de Siri*. Ao comparar as cinco regiões, o uso exclusivo de áudio aparece de Norte a Sul do país, enquanto os episódios com designs de áudio aparecem em regiões Norte e Centro-Oeste.

No que se refere ao tempo, todos os episódios são considerados longos, pois apresentam duração acima de 15 minutos. Três dos episódios apresentam mais de 45 minutos de conteúdo, como os *podcasts Na Beira do Rio*, *Coletivo Siriricas* e *A Cor da Voz*, enquanto os demais apresentam menos de 40 minutos, como *Boca de Siri* e *Nossa Gente*. Ao comparar as regiões, os episódios das regiões Norte, Sudeste e Sul são os que apresentam os episódios

mais longos, enquanto, nas regiões Nordeste e Centro-Oeste, os tempos dos episódios são menores.

Sobre a autoria dos episódios, a maioria deles são conduzidos por leigas que correspondem a não profissionais da comunicação (Bufarah, 2020) como ocorre nos *podcasts Na Beira do Rio, Coletivo Siriricas e A Cor da Voz*, enquanto os episódios dos *podcasts Nossa Gente e Boca de Siri* possuem autoria de profissionais da comunicação. Ao comparar as cinco regiões, as não profissionais aparecem no Norte, Sudeste e Sul, enquanto as profissionais aparecem no Nordeste e Centro-Oeste.

Quanto à finalidade dos episódios analisados, a maioria deles tem a intenção de “informar”, como se observa nos *podcasts Na Beira do Rio, Boca de Siri e A Cor da Voz*, enquanto dois dos episódios apresentam divergências nesse requisito, como “apresentar” e “motivar”. Ao comparar os cinco *podcasts*, a finalidade de informar aparece mais nas regiões Norte, Centro-Oeste e Sul, enquanto as outras intenções são do Nordeste e Sudeste.

Na interpretação da interatividade dos episódios, a maioria deles utiliza as redes sociais para promover interação com ouvintes e com seguidores. A divulgação dos episódios é publicada principalmente nos perfis oficiais do *Instagram* dos *podcasts* ou pessoais das *hosts*, como acontece no *Na Beira do Rio, Boca de Siri, Coletivo Siriricas e A Cor da Voz*. Já o *podcast Nossa Gente* não possui conta para interação do conteúdo dos episódios com seus ouvintes. Ao comparar as regiões, no Norte, Centro-Oeste, Sudeste e Sul existe a possibilidade de comunicação com os ouvintes dos episódios, enquanto na região Nordeste a interação acontece por meio de redes pessoais da *host*.

Neste subcapítulo, analisamos os cinco *podcasts* em termos gerais, especificamente um episódio de cada programa e realizamos uma análise do conteúdo desses episódios selecionados, a partir de categoria e unidade para compreender a contextualização do conteúdo. Nas três dimensões de análise, utilizamos quadros demonstrativos referentes aos dados dos *podcasts*, episódios e assuntos dessas narrativas.

4.3 Narrativas de mulheres negras apresentadoras de *podcasts* brasileiros

Começamos aqui a análise transversal de dados observacionais, que correspondem às trajetórias das cinco *podcasters* entrevistadas na pesquisa. As interlocutoras possuem entre 25 e 35 anos, todas são mulheres autodeclaradas negras, e cada uma delas representa aspectos das trajetórias vividas em estados situados nas cinco regiões do Brasil (Quadro 20).

Quadro 20 – Locutoras, fonte de dados observacionais

Dados de identificação:				
Nome:	Idade:	Escolaridade:	Cidades/Região:	Podcast:
Elloane Carinie	29 anos	Doutorado Desenvolvimento Sustentável Trópico Úmido	Macapá no estado do Amapá.	<i>Na Beira do Rio</i>
Maria Lorena Alves	35 anos	Relações Públicas e Jornalismo no curso técnico de rádio e TV.	Salvador, capital da Bahia.	<i>Nossa Gente</i>
Laura Resende	29 anos	Jornalista (UFMT) e Publicidade, Propaganda (UNIC) com pós em gestão de mídia (ESPM).	Cuiabá, Mato Grosso.	<i>Boca de Siri</i>
Kenya Odara	25 anos	Direito	São Paulo/Zona Sul	<i>Coletivo Siriricas</i>
Tainã Rosa	27 anos	Letras, mestre em epistemologia decolonial.	Alvorada/Rio Grande do Sul	<i>A Cor da Voz</i>

Fonte: Elaborado pela autora.

Apresentamos a seguir as narrativas dessas cinco mulheres sobre aspectos da produção de *podcasts*. Em relação ao tempo de atuação nos *podcasts*, em comum todas as interlocutoras desta pesquisa exercem as tarefas comunicacionais desde as respectivas fundações. Quatro das cinco mulheres participam por, pelo menos, até três anos nas produções dos *podcasts*. O *Nossa Gente* (Nordeste), o *A Cor da Voz* (Sul) e o *Na Beira do Rio* (Norte) foram criados entre 2020 e 2021. O *Boca de Siri* (Centro-Oeste) é o mais recente, estreado em outubro de 2022, contando com um pouco mais de um ano. Entre os cinco *podcasts* selecionados, apenas o que representa a região Sudeste possui quatro anos no ar, o *Coletivo Siriricas*. Ele foi fundado em 2019, um ano antes da pandemia de coronavírus explodir no Brasil. As interlocutoras Tainã Rosa (Sul) e Maria Alves (Nordeste) relataram, durante as entrevistas, que os *podcasts Nossa Gente* (Nordeste) e *A Cor da Voz* (Sul) foram inaugurados durante a pandemia de Covid-19; as demais que participaram das estreias em 2020 e 2021 não fizeram associação com o período pandêmico. O *podcast Na Beira do Rio*, da região Norte, por exemplo, nasceu no dia 8 de março de 2020, período inicial de contaminações por coronavírus, mas a interlocutora não associou a inauguração com a epidemia durante a fala; segundo ela, propositalmente, ocorreu em alusão ao Dia Internacional da Mulher. Ainda em

relação ao tempo de atuação, após questionadas sobre esse aspecto, a maioria das mulheres negras apontou as particularidades para a criação dos *podcasts*. A maioria delas relatou o desejo de promover conhecimento por meio dos saberes intelectuais ou regionais, como frisou a Elloane da região Norte: “então a gente queria trabalhar desde a filosofia, questões das políticas ambientais, ciência na Amazônia que é o que a gente acredita muito, né? Que seja o presente e o futuro é para esse novo olhar sobre o mundo e sobre o modo de vida” (CARINIE, 2023). A *podcaster*, que acredita na força amazônica brasileira como fundamento para soluções científicas, pretendia reunir os conceitos e divulgá-los, através das múltiplas vozes, apesar de considerar as dificuldades enfrentadas naquela região.

Então a gente queria trabalhar essas vozes, artes corporalidades, pensar e estudar Amazônia, né? Que é o mundo é o mundo, e Amazônia é a última fronteira de conhecimento da sociobiodiversidade. Eu sempre falo para as pessoas que aqui a Amazônia é nossa Biblioteca de Alexandria, só que o próprio Brasil, o resto do Brasil ainda não viu isso, ainda não percebeu por conta da própria vulnerabilização da região (Carinie, 2023).

O “mosaico multiétnico”⁶, (informação verbal) como compartilhou Elloane, também era desejo das demais apresentadoras dos *podcasts*. As ideias iniciais se interligam na expectativa de divulgar ciência, informação, cultura e relações étnicas raciais, sem limite de público. Maria Alves (Nordeste) explicou que foi convidada pela diretora de jornalismo da Band Bahia para apresentar o programa com o objetivo de dar visibilidade, através das vozes negras desconhecidas do público de massa.

A ideia do podcast, inclusive a forma das pessoas se conhecerem a gente, das pessoas negras se conhecerem, né se reconhecer nessas pessoas não necessariamente pessoas famosas, mas pessoas que tivessem algo a falar que se destacaram de alguma forma para mostrar que a gente pode alcançar vários lugares. E a gente deve alcançar, né?
(Alves, 2023).

As apresentadoras dos *podcasts Coletivo Siriricas* (Sudeste), *A Cor da Voz* (Sul) concordam com a proposta de atingir a comunidade negra com a produção de conteúdo, como detalhou Tainã Rosa (Sul): “então eu decidi fazer algum tipo de compartilhamento de saberes que até então eu fiquei pesquisando como melhor eu poderia produzir né esse compartilhamento para tentar contribuir de alguma forma socialmente, né?” (Rosa, 2023). Para finalizar o questionamento sobre o tempo de atuação, a *podcaster* do *Boca de Siri* (Centro-Oeste) relatou a oportunidade de criar o produto, após o encerramento de um *podcast*

⁶ Fala concedida pela interlocutora Elloane Carinie (2023).

anterior de que as amigas faziam parte: o *Publicitárias com A*, redirecionado para o mercado publicitário. A proposta atual era montar uma nova proposta em relação ao antigo *podcast*.

A gente achou melhor falar sobre outras coisas e até era algo que a gente queria fazer mesmo, que era sair do mundo da comunicação, da publicidade falar sobre outros temas, e aí a gente foi pegando referência de podcasts que a gente gosta de ouvir e principalmente indo por essa linha do que a gente gosta de ouvir (Resende, 2023).

Todas as mulheres desejam contribuir socialmente, de alguma maneira, para a construção dos conteúdos dos *podcasts* analisados nesta pesquisa. Dessa forma, em relação ao tempo de atuação das interlocutoras nos *podcasts*, percebemos que as regiões que lançaram *podcast* no mesmo ano de 2020, foram Nordeste e Sul; os demais foram inaugurados em anos diferentes, em 2019, o Sudeste; em 2021, o Nordeste e em 2022, o Centro-Oeste.

No que se refere às trajetórias anteriores das mulheres negras até a chegada no espaço de atuação nos *podcasts*, a maioria relatou aspectos profissionais que potencializam a semelhança geral de apresentação dos *podcasts*. As famílias foram importantes em todos os relatos nas tomadas de decisões pessoais e profissionais. As mulheres Maria Alves (Nordeste) e Laura Resende (Centro-Oeste), pela habilidade de comunicação, já desejavam trilhar esse caminho envolvido nas primeiras escolhas profissionais. Somente a jornalista Maria Alves (Nordeste) compartilhou que, antes de ingressar diretamente nessa área, atuou em outros setores do mercado de trabalho. Devido à dificuldade da primeira oportunidade, “eu trabalhei em call center, trabalhei em loja, então não estava vindo a perspectiva de atuar na área. Achava um mercado muito restrito. E eu nunca tinha parado para pensar em trabalhar em rádio e televisão”. (Alves, 2023). Entre as outras interlocutoras, somente a Maria (Nordeste) apresenta um espaço de poder dentro da comunicação como mulher e negra: “porque eu sou hoje, eu sou a coordenadora da Band News, a coordenadora de jornalismo e apresento dois programas da casa e ainda o *podcast*, então tento conciliar isso, com o *podcast* que é uma coisa que eu gosto de fazer” (Alves, 2023). Nesse sentido, ocupar espaços de poder também é privilégio da branquitude, portanto, quando uma mulher negra alcança esse lugar, além de abrir portas para novos/as sujeitos/as, desestabiliza o racismo estrutural. Para Cida Bento (2002), a percepção social do negro ocupando espaços é vista como invasão de território e não de pertencimento: “[...] hoje não prevalece a imagem do profissional negro que capitulou enquanto tal para conseguir ascender, mas, por vezes, surge a imagem do profissional negro agressivo, arrogante que ultrapassa limites dentro das organizações [...]” (Bento, 2022, p. 59).

Já a *podcaster* Kenya Odara (Sudeste), que precisava escolher uma profissão, ainda na adolescência se aproximou do Direito e deu continuidade à carreira. Assim como ocorreu com a Odara (Sudeste), a carreira profissional de Tainã (Sul) começou aos 14 anos, como o ingresso no magistério. A comunicação só apareceu depois de um longo percurso entre vivências educacionais e sociais: “comecei a frequentar o magistério aos 14 anos, então aos 17 já estava formada e, antes de me formar, comecei a dar aula no Dom Bosco, né? Uma escola particular aos 16 anos, por isso que agora eu vou fazer 12 anos de docência” (Rosa, 2023). Ainda em relação às trajetórias pessoais, a fala de Elloane (Norte), por exemplo, aponta características muito profundas das vivências amazônicas: “deveria ter uma outra identidade étnica, sou amazônica, porque ser amazônico já mostra assim toda pluralidade desde a nossa identidade, a nossa forma de pensar, as nossas visões de mundo” (Carinie, 2023), regada de um crescimento em volta de saberes e pluralidade de conhecimento da sociobiodiversidade. Na formação, ela teve experiência profissional como designer de interiores, mas desejou ingressar nos cursos de mestrado e doutorado para contribuir com o processo de desenvolvimento da comunidade local, por meio da pesquisa científica. O *podcast* surgiu na vida dela por meio de uma parceria com a colega de programa, Andreia.

E assim como aconteceu com Elloane, os percursos pessoais irão se conectar com o desejo de suprir alguma ausência informativa, cultural ou a abordagem étnica mediante a produção dos *podcasts*. As singelas particularidades estão nos caminhos acadêmicos ou profissionais apontados em entrevistas. Nas trajetórias de descobertas em relação ao *podcast*, a maioria das informações já apresentavam conhecimentos sobre o produto, por serem ouvintes, já terem participado anteriormente de episódios ou estarem envolvidas com processos profissionais da mídia sonora. Somente a interlocutora Kenya, de São Paulo, descobriu o produto quando começou a produzir o *Coletivo Siriricas*: “foi a primeira vez a primeira vez, eu não tinha nem contato assim de escutar *podcast*. Eu fui conhecer outros *podcasts* quando a gente começou a produzir o nosso” (Odara, 2023). No Sul, Tainã Rosa não percebia movimentação de programas antes da pandemia, momento em que decidiu atingir a comunidade local com o conteúdo proposto no *podcast*.

Vejo aqui no Rio Grande do Sul, por exemplo: a gente não sabia que existia *podcast*, né? Veio uns outros aplicativos de som durante a pandemia, até né que prometeram ser tão grandes quanto o Instagram e tudo mais tentando utilizar, mas, é claro, a gente sabe monetizar mais com essas plataformas de áudio, e aí eu usei o *podcast* com o compartilhamento né com streaming no Spotify, porque a gente tem versão gratuita no Spotify” (Rosa, 2023).

Gostar de se comunicar ou atingir pessoas com a informação são pontos em comum entre as mulheres, desde Elloane, no Norte, que desejava “trabalhar com mulheres amazônicas” (Carinie, 2023) até Tainã, no Sul, que entendeu a necessidade de continuar o legado da família na área da educação e ainda promover acesso à informação para a sociedade local: “eu me dei por conta que a gente estava vivendo nesse momento da pandemia, uma overdose de informação, mas uma informação muito esvaziada e que as pessoas que realmente precisam estar fazendo parte dos debates sociais e dos debates raciais não estavam né?” (Rosa, 2023). A partir do relato das interlocutoras, percebemos que as trajetórias observadas, sob o ponto de vista regional, apresentam semelhanças nas caminhadas profissionais e pessoais que levaram as mulheres até os *podcasts*. Apesar das localizações estarem divididas em partes amplas do mapa brasileiro, aspectos como a forte ligação com a comunidade e a educação são características apontadas por Elloane (Norte) e Tainã Rosa (Sul). As *podcasters* Maria Alves (Nordeste) e Laura Resende (Centro-Oeste) enfrentaram dificuldades para ingressar no mercado de trabalho, embora apresentassem afinidades com o campo da Comunicação. O que difere é a trajetória relatada por Kenya Odara (Sudeste), que chegou ao *podcast* por meio do Coletivo de amigas, em 2018. A atuação na comunicação é uma segunda atividade pessoal; a vida está ancorada na carreira profissional na área do Direito. Portanto, quatro das cinco regiões apresentam semelhanças em relação às trajetórias de formação das mulheres negras.

Acerca da experiência, desde o começo da atuação no *podcast*, todas as interlocutoras têm em comum o fato de serem as apresentadoras dos respectivos *podcasts* apresentados na pesquisa. Com base nos relatos coletados, as experiências se assemelham entre a maioria delas pelo desejo de contribuição social por meio da produção dos discursos abordados, como apontou Kenya Odara (Sudeste): “tem sido uma experiência muito boa, a gente teve retornos muito legais. Desde o começo, a gente tem meio que a mesma função. Todo mundo é todo mundo: um pouco diretor produtor, apresentador; todo mundo faz um pouquinho de tudo” (Odara, 2023). Todas as cinco mulheres estão nas mesmas funções, desde as divulgações dos primeiros episódios.

No que diz respeito às mudanças, os principais relatos correspondem às alterações nas equipes de produção. Quatro das cinco mulheres negras perderam integrantes ao longo do tempo. Entre os casos de desistência, no *podcast Boca de Siri* (Centro-Oeste), o grupo era formado por três mulheres. Quando uma das apresentadoras mudou o foco profissional, provocou uma mudança significativa desde a fundação “e aí ela saiu porque ela não tava dando conta, ela queria empreender e o trabalho dela também não ela não tava conseguindo

honrar mesmo com as atividades que a gente se dividiu para fazer” (Resende, 2023). Durante a entrevista, Maria Alves (Nordeste) lamentou a saída do parceiro de formação inicial e o esforço que realiza para manter o programa no ar, “o *podcast* que é uma coisa que eu gosto de fazer, que eu reservo um momento às vezes em casa fora do meu horário de trabalho para continuar, entendeu? Mas é complicado, porque só tem uma função, só tem eu, só tinha a mim para fazer a marcação da gravação. Então a gente vai se adaptando, cada semana é um malabarismo que a gente faz para gravação.” (Alves, 2023). Portanto, com a saída do comunicador, em relação às mudanças, dos cinco *podcasts*, somente dois deles possuem apenas uma apresentadora, o *Nossa Gente* (Nordeste) e o *A Cor da Voz* (Sul). O que difere esses dois *podcasts* é o fato de que o *A Cor da Voz* permanece com uma voz padrão de locução desde a fundação. A rotação vai acontecer na equipe de produção, como detalhou Tainã Rosa. Os demais *podcasts* possuem duas ou mais apresentadoras.

Sim, eu comecei em setembro de 2020 a fazer tudo sozinha porque tinha uma professora que me apoiava dando a certificação pela UFRGS, mas ela não se envolvia no processo de produção. Por isso que a gente trabalhou junto e tal e algumas coisas foram boas outras nem tanto, de estar nesse processo movente perceber que a educação para as relações étnicas raciais são lacunares na UFRGS. (Rosa, 2023).

Para Tainã Rosa (Sul), o *A Cor da Voz* também passou por outra mudança na abordagem temática. A pauta antirracista foi a primeira proposta do programa e, ao longo do tempo, inseriu contribuições indígenas nos episódios. E, por fim, desde o começo da atuação no *podcast*, somente o *Na Beira do Rio* (Norte) permanece com formação inicial formada por Elloane e Andreia.

Primeiro, por mais que a gente tenha muitas afinidades, [Elloane e Andreia] a gente aprende muito uma com a outra, porque ela vai muito para o campo do audiovisual, ela que faz as edições dos *podcast* e as edições no feed. Eu que me aposentei um pouquinho para me dedicar à pesquisa científica, mas ela continua assim, à frente dessas questões de movimentação das redes sociais de mídias, fotografia, tudo! Então foi ótimo, e eu, no meu caso com a minha parte, eu roteirizo. Então às vezes, a gente precisa de um roteiro para os nossos entrevistados, um roteiro que a gente tenta assim é *podcast*, então a gente conversa, a gente só conversa. Então eu trabalho nessa parte das pesquisas relativas aos episódios e a roteirização, então a gente casou assim, de combinar uma série de coisas as habilidades de cada uma e cada uma fala também, né? (Carinie, 2023).

A experiência dela tem sido de aprendizado profissional e pessoal, principalmente com as pesquisas que realiza para subsidiar os episódios. Em divergência aos apontamentos anteriores, está no relato sobre o *podcast Coletivo Siriricas* (Sudeste). Este chama atenção

pelo número expressivo de integrantes: são sete mulheres negras atuando nos setores de produção até, pelo menos, setembro de 2023. Nesse caso, conforme Kenya Odara (Sudeste), a organização é mais regrada para dar conta de todas as tarefas, mas a formação inicial era de onze mulheres negras, alteração que aconteceu nos últimos anos. Não é necessário que as sete sejam apresentadoras, já que elas participam conforme os desejos e habilidades, mas sem desconsiderar essa possibilidade, conforme explica Kenya em entrevista: “e quando a gente quer que todo mundo participe, quando for um tema que todo mundo quer participar, a gente tenta fazer uma coisa bem organizada” (Odara, 2023). Dessa maneira, os relatos de experiência das *hosts* nos *podcasts* se aproximam em todas as regiões brasileiras. Nesse caso, os processos regionais não interferem nas funções ou mudanças que ocorreram nos *podcasts*.

Em relação às rotinas de produção semanal dos *podcasts*, em geral as mulheres enfrentam dificuldades com a organização de publicação dos episódios. Quatro das cinco *podcasters* possuem elaborações autônomas, características que irão impactar na frequência de publicações. Todos os *podcasts* são voluntários, portanto, em associação com os compromissos pessoais, as gravações acontecem eventualmente. Todos as *podcasters* concordam que poderiam ter aumento no fluxo de episódios, como detalhou Elloane, ao mencionar o tempo como impasse:

Eu tô tô me lascando com a minha tese, fora as outras coisas, então assim: é um projeto afetivo que a gente tem uma satisfação pessoal em fazer, e é algo que colaborou muito para o meu crescimento como pesquisadora e para o meu aperfeiçoamento como pesquisadora. Então é ótimo cada detalhe, mas a gente grava quando dá. Cada episódio, a gente aprende uma coisa diferente (Carinie, 2023).

Nesse sentido, identificamos que três dos *podcasts* apresentam tentativas de periodicidade; dois deles já trabalham com divulgação mensal como acontece no *Coletivo Siriricas* (Sudeste) e por temporadas no *A Cor da Voz* (Sul). As rotinas das mulheres estão diretamente ligadas com atividades pessoais. O desafio é inserir as reuniões. Quando acontece de o *podcast* ter equipe, o planejamento de tarefas semanais está associado com o cotidiano, com os deveres profissionais, com o envolvimento familiar etc. Durante entrevista, Kenya Odara (Sudeste), do *podcast Coletivo Siriricas*, detalhou algumas dificuldades enfrentadas pela equipe:

Porque como o podcast não é nossa principal fonte de renda, então a gente concilia com o nosso trabalho mesmo. Por isso a gente tem um tempo mais espaçado na produção dos conteúdos, de ser um episódio por mês mesmo, que é quando a gente consegue ali porque até para gravar em casa, a gente precisa de uma super organização (Odara, 2023).

As tentativas de periodização indicam que existe esse compromisso no mês, além do fato de gravar os episódios, de alimentar as redes sociais e de manter contato com os ouvintes. Até a realização da pesquisa, nenhum deles recebia patrocínio para subsidiar despesas, no entanto, com o grande alcance de público, podem acontecer parcerias entre marcas e os *podcasts*, como relatou Kenya Odara (Sudeste):

A gente às vezes faz alguns episódios patrocinados, alguns trabalhos assim. Então, por exemplo, a gente já fez um para pente nova. O mais recente que a gente fez foi para uma ação da Vivo que teve no Lollapalooza, então a gente faz esses trabalhos pontuais assim e até com um cachê desses trabalhos que a gente consegue deixar o nosso podcast mais profissional, que a gente já consegue pagar uma equipe para editar e ajudar a gente nas gravações também, então todo o dinheiro que entra a gente realmente faz investimento para o podcast (Odara, 2023).

A casual remuneração é uma semelhança com o *podcast A Cor da Voz* (Sul). Tainã Rosa explicou que já obteve resultados lucrativos com o programa. Em divergência quanto às rotinas das *podcasters*, somente o *Na Beira do Rio* possui edição e produção 100% caseira, realizada pela dupla de apresentadoras: “Andreia, assim, ela é incrível, ela trabalha com isso, ela trabalha com identidade visual. Até nossa identidade visual foi ela que criou, ela é designer gráfico, né? Então ela trabalha com tudo isso, e até a parte de divulgação. Eu tento fazer o que eu posso” (Carinie, 2023). O *Boca de Siri* também é o único que utiliza produção por meio de estúdio profissional: “a gente tem essa percepção de que é melhor que seja semanal, a gente ouve mais, a gente se lembra mais, que acaba esquecendo que quando é quinzenal. A gente acaba esquecendo que o *podcast* saiu. A gente sabe que semanal, seria o ideal, mas a gente ainda não consegue se dedicar a isso, e então a gente promete quinzenal e a Altia que faz toda toda edição e etc e mandam para a gente aprovar”. Os demais contam apenas com apoio externo na edição de áudio. Em exceção, o *podcast A Cor da Voz* é o único entre os entrevistados que apresenta produção com parceria institucional, leitura de poesia durante os episódios e entrega de releases com as mídias de comunicação de massa da região gaúcha, como referiu Tainã.

A Dani ficou até o final do ano e a dele, ela ficou os dois semestres de 2022 e inclusive minha bolsa estava voluntária. Aí já desde o início, o eu comecei a pensar. Ah podia ler uma poesia, né? Porque as pessoas nem têm tanto acesso ainda, mais poesia decolonial. É isso que eu faço da minha vida, né? Literatura dacolonial. Vou falar uma poesia. Aí comecei a falar várias poesias durante esse episódio, o que gerou outras coisas muito bacanas porque eu comecei a publicar essas poesias no Jornal local. E depois outras pessoas começaram a enviar essas poesias, então o

Jornal local hoje conta com uma uma sessão de poesia, que surgiu a partir do A Cor da Voz (Rosa, 2023, s/p).

Segundo a produtora cultural, o processo criativo foi todo pensado para ser executado por pessoas negras ou antirracistas. Nesse sentido, a evolução da produção de material em áudio para texto, nos lançamentos dos livros digitais e impressos, as poesias no jornal e o alcance de audiência em outros países também são particularidades reveladas do *A Cor da Voz* que impactam diretamente a rotina de produção. Na questão regional, em geral as interlocutoras pouco falam sobre as influências das regiões quando questionadas sobre as vivências pessoais ou de produção nos *podcasts*. Somente a Elloane do *Na Beira do Rio* (Norte) possui forte aproximação com a cultura local:

Sabe que, aqui na Amazônia, a gente esbarra nos interesses políticos, nos conflitos aqui políticos que são muito discordantes e sempre foram muito discordantes desde a consolidação do Estado militar brasileiro que promoveu uma própria colonização interna na Amazônia. Daí que veio o inferno verde, civilizar essa região, como nós fossemos bárbaros. Então, para o próprio território brasileiro tentou colonizar a Amazônia, assim como os estrangeiros, assim que mostra o total desconhecimento da própria realidade do país (Carinie, 2023).

A diferença nas rotinas de produção em relação aos estados brasileiros estão agregadas às responsabilidades pessoais de cada interlocutora. As regiões que mais produzem episódios são Sul e Centro-Oeste, seguidas de uma frequência menor nas regiões Norte, Nordeste e Sudeste.

Questionadas sobre o sentimento de serem mulheres negras nesses espaços de atuação dos *podcasts*, quatro das cinco entrevistadas se enxergam ocupando lugares de representação para a comunidade negra. Duas delas chegaram a mencionar, em suas observações, as palavras “importância” (Odara, 2023) e “visibilidade” (Resende, 2023) através dos *podcasts*. Outras duas pontuaram as mudanças em que essas ações de posicionamento as colocam - e, por fim, somente uma delas ainda não tinha refletido especificamente sobre o papel da mulher negra nas tomadas de decisão. Maria Alves (Nordeste) é coordenadora de jornalismo da Band News Bahia e disse que, como mulher e mulher negra, existe “uma diferença no olhar” (Alves, 2023). A partir desse lugar na comunicação, consegue proporcionar oportunidades de divulgação do trabalho de outros profissionais da raça negra. Na entrevista, relatou que o fato de ser mulher, em cargos de protagonismo, é um problema social e ser mulher negra nessa posição também vai gerar preconceitos, como detalhou: “como a gente percebe aí vários

casos, mas, por ser mulher, eu começo a carreira, fui para uma seleção de emprego, e o dono da rádio perguntou se eu não queria jantar com ele. Então foi uma situação que passei. Se eu fosse homem, eu não passaria, né? Então é um outro problema que a gente enfrenta, né?” (Alves, 2023). A partir desse ponto, ela entende a necessidade de zelo na abordagem de temas que chegam na população em geral, não apenas se tratando de racismo, mas de representatividade.

Então por exemplo, eu acho que o olhar que eu tenho, o olhar que eu tenho mais atenta esse tipo de causa, não fala que só de racismo, mas por exemplo a importância de uma criança ter uma boneca negra na infância. Eu sempre falo lá: vamos fazer aqui. Quem são os contatos que a gente tem? Vamos mudar as fontes que, por exemplo, acho que é ouvir um médico. Ela tem esse médico aqui que pode falar e que não é um médico branco e pode falar desse assunto. Vamos variar para as pessoas também se enxergarem, né? (Alves, 2023).

A *podcaster* mencionou que, na sua infância, não percebia a presença de sujeitos negros em espaços de visibilidade. Por isso, acredita na importância de ser uma ponte de acesso entre a comunidade da qual ela tem conhecimento e a comunicação através da Band Bahia. Durante o relato, apontou a dificuldade de entrar no mercado da comunicação. Ela acredita que aspectos raciais e sexistas possam estar interligados com as causas dessas barreiras. Foi devido ao incentivo da mãe que realizou curso técnico de rádio e televisão que a auxiliou no início do processo.

E eu nunca tinha parado para pensar em trabalhar em rádio e televisão, mas na infância eu sempre queria ser famosa. Fiz teatro, tentei teatro na faculdade, depois ficou mais como um hobby. Já apresentei peças, isso na adolescência até o início da fase adulta. Aí eu sabia que comunicação era uma coisa que eu gostava, de me comunicar, né? E aí ela [mãe] viu isso né no rádio, foi por que você não faz? Eu falei: eu vou fazer minha mãe! Aí entrei no curso de rádio TV que é um curso técnico, escola técnica da Bahia é (ETBA) e fui fazer isso já no finalzinho da minha graduação de Relações Públicas. Quando eu entrei nesse curso, comecei a estagiar. Precisava do estágio (Alves, 2023).

Mas esse caminho não foi tão simples: passou por um tempo como estagiária em diversas emissoras de rádio, se tornando uma das principais substitutas dos profissionais que faltavam em eventuais oportunidades e, por meio desses acontecimentos, adquiriu experiência na área.

Eu fiz em dois anos e aí comecei a trabalhar lá na Educadora na TVE. E qual foi minha primeira experiência com televisão? Eu comecei a fazer esporte e o futebol, mas era assim tapa buraco, né? Um repórter faltou à televisão. E aí? Me encaixava para fazer eu ia aprendendo. E aí eu quero eu vou e fui indo. E aí lá esse contrato era um contrato temporário de renda que a gente chama que é um regime especial de

direito administrativo. É uma contratação do governo, é uma Rádio Pública, né? E a TV também. E aí já tava para vencer meu contrato. E aí surgiu uma vaga na Band News, uma estagiária que foi uma estagiária minha tava na Band News falou assim: ela vai ter uma vaga aqui para apresentadora. Vou te indicar, ela me indicou, Isabela (Alves, 2023).

Em agosto de 2023, Maria Alves fez nove anos de atuação na Band Bahia, e todos esses acontecimentos construíram sua personalidade como mulher negra e profissional que é na atualidade. Esses aspectos impeditivos em ações corriqueiras são percebidos também no relato de Laura Resende (Centro-Oeste). Ela percebe a dupla cobrança quando se é “uma *host* negra” (Resende, 2023), nesse lugar de exposição, mas se sente uma pessoa importante por conseguir atingir determinado grupo de pessoas. Na percepção da *podcaster*, a falta de reconhecimento local das produções artísticas é um fator burocrático de acolhimento na região: “Em Cuiabá principalmente, a gente tem essa síndrome de que o que é feito aqui, as pessoas não escutam. As pessoas escutam o que é de fora. A gente percebe que as produções daqui, elas costumam fazer sucesso fora primeiro, para depois fazer sucesso aqui, quando fica conhecido fora” (Resende, 2023). A reflexão sobre esse impasse, percebido por Laura (Centro-Oeste), corresponde à região de moradia, principalmente quando as produções são realizadas por mulheres negras. Segundo ela, a região apresenta preconceitos estruturais: “Você falar um estado que é predominantemente, votou no antigo candidato em massa e etc. Então a gente consegue perceber esse impacto. Ele rola assim aqui tanto para mulher, quanto para mulher negra” (Resende, 2023). Na entrevista, defendeu a ideia de que as mulheres negras têm conteúdo para compartilhar, possuem capacidade de exercer qualquer atividade, assim como na mídia sonora e nos *podcasts*: “Então eu acho que é importante ter essa visibilidade é importante para as outras pessoas, né? Verem que é possível, de que é importante, que a gente tem coisa para falar e que a gente tem conteúdo para colocar, então eu me sinto muito chique” (Resende, 2023). Ela afirma que foi criada em um ambiente com outras pessoas brancas e que esse fator impactou na percepção dela nos modos de vida: “Eu vim de Primavera que é uma cidade bem branquecida, eu cresci num ambiente muito embranquecido. Eu sou do Sul, também eu nasci no Paraná na verdade e depois eu vim pequena para Mato Grosso e a gente percebe que tem muito isso nessa visão da pessoa negra e etc. A gente tem né? (Resende, 2023).

Ainda em relação aos aspectos comuns entre as *podcasters*, Tainã Rosa (Sul) percebe que o reconhecimento acadêmico foi natural desde a infância, no entanto, como estudante negra em uma universidade: enfrentou problemas, “então a escola sempre foi o meu lugar enquanto aluna, né? Eu acho que, enquanto colega, por exemplo, não foi né? Infelizmente. É!

Essas marcas ficam nos nossos corpos, né? Eu sofri bullying, muito por causa do meu cabelo” (Rosa, 2023). Nesse ponto, a fala se referia à apropriação de espaços que, historicamente, a comunidade negra ouve que não possui, causando divergências quando é ocupado pelo grupo.

Então esses espaços são meus, eu sempre senti que eram meus, então assim né? Como eu falei, eu venho de uma família que tem educação e a cultura como um pilar muito forte. Eu ia para escola, eu tinha certeza que aquele lugar era meu, porque eu sabia o que as professoras estavam falando. Eu sabia além do que esse professor estava falando. Muitas vezes, né, nas aulas de artes falava sobre alguns quadros, eu tinha a coleção de cartão de orelhão, com vários quadros. Já sabia o nome de todos os pintores renascentistas, entendeu? Então a escola sempre foi o meu lugar enquanto aluna, né? Eu acho que enquanto colega por exemplo, não foi né? Infelizmente (Rosa, 2023).

Nessa resposta, de sentimento sobre ser uma mulher negra, Rosa articulou os contextos pessoais para explicar a forte personalidade que tem hoje. Tainã pontuou perceber que, em determinados momentos, era a única mulher negra compartilhando os mesmos espaços sociais ou acadêmicos de outros grupos raciais.

Eu sou uma mulher negra, parda, de pele clara e eu era a única pessoa negra na minha sala de aula nos anos iniciais, né? Então, eu fui atravessada por essas coisas enquanto colega, mas eu desassociei completamente essas minhas duas trajetórias enquanto aluna, enquanto colega porque, enquanto aluno, eu sempre me vi brilhante, né? Como diz a minha mãe, é essa autoestima, Tainá gente meu Deus do céu, porque eu sempre, é verdade, eu me via brilhante dentro da escola, porque eu sempre queria fazer mais e mais. Então para mim foi muito óbvio terminar o magistério assim quando as minhas não era óbvio para mim ir para a Universidade. A UFRGS, que eu nem sabia que a UFRGS existia, não era assim, mas, quando me contaram, disseram que é para lá que as pessoas mais inteligentes vão. Esse é o lugar das 100%, então eu vou é o meu lugar lá. Então muito mais pela posição desse lugar em si e, quando eu entrei na universidade, deu a mesma coisa (Rosa, 2023).

Tainã relata que, no passado, precisava responder a questionamentos, a dúvidas ou dar explicações sobre a pesquisa científica que realizava no mestrado, sobre as pautas dos episódios do *podcast*, sobre escolhas pessoais etc, ou seja, enfrentou um processo de validação da mulher negra e profissão:

[...] então quando alguém tenta de alguma maneira que hoje isso não aconteça mais com a frequência que já aconteceu, de alguém tentar de alguma forma me deslocar ao espaço acadêmico. Eh, eu só respondo: Me observa só cinco minutos trabalhando, tu vai ter a resposta que precisa, né? Porque eu tenho muita certeza do meu propósito na universidade, né? De fazer uma ciência decolonial. Mesmo, quando eu não sabia o que eu estava fazendo era uma ciência decolonial, de trazer a minha comunidade para o centro, né? De repensar práticas racistas de repensar práticas violentas que acontecem cotidianamente e pensar práticas opressivas, é isso que eu me propus né desde o início da minha pesquisa, né? (ROSA, 2023).

O depoimento de Tainã é direcionado para que outras mulheres negras da própria comunidade no Rio Grande do Sul, tenham a possibilidade de refletir sobre esses aspectos e conseguir se preocupar em ser feliz.

Então o que de alguma maneira sustenta o nosso trabalho, é com acadêmicos tão pertinentes da nossa área falando sobre isso. Então hoje enxergando como mulher negra à frente de um podcast afrocentrado que tá em 39 países nos cinco continentes com população nativa, eu tenho certeza que eu estou no lugar certo. Que tinha que ser eu, neste lugar e que eu espero que outros podcast tenham outras mulheres negras na frente também (Rosa, 2023).

Assim como o ponto de vista de Tainã, para Kenya (Sudeste), o sentimento de uma mulher negra em postos de evidência é “importante para dar mais visibilidade” (Odara, 2023) para outras mulheres negras. Ela destaca que ter um público que ouve o conteúdo do *podcast* espontaneamente pela identificação das temáticas é algo distinto das perspectivas publicitárias usadas por produtores de conteúdos da *internet*:

Eu sei que é um espaço que mais pessoas vão me ouvir, vão parar para me ouvir e absorver ali o que eu tiver falando. Compartilhar isso, dá mais visibilidade para o assunto que a gente está trazendo, e que não vai ser uma parada assim, como eu posso dizer? Não é uma parada robótica, sabe? É diferente quando você faz uma publi, por exemplo, que as pessoas estão ali estão curtindo, mas você tá tendo um propósito diferente para falar daquilo. Agora quando as pessoas param para te dar atenção para uma pauta que é sua, um atravessamento seu e as pessoas depois chegam e você para falar sobre isso, falar que se identificou que gostou que tocou ela no momento que ela precisava ouvir aquilo (Odara, 2023).

De maneira objetiva, explicou que a abordagem dos assuntos do episódio do *podcast Coletivo Siriricas* (Sudeste) pode ser um espaço de “acolhimento” (informação verbal)⁷ para mulheres negras, a partir do seu ponto de vista, dos relatos que compartilha nos programas, na observação pessoal de vivências sociais:

Sei lá! É muito é muito bom e muito estranho muito tempo também porque a gente tem assunto, que a gente não gostaria que tivesse uma identificação para a gente; fica pensando cara: Eu sofro com isso, tem outras mulheres negras que também sofrem com isso! Não queria que fosse assim, mas ao mesmo tempo é bom porque geraria um espaço de acolhimento, né? Você sabe que você não está sozinho, então é importante você ser essa figura para essas outras pessoas (Odara, 2023).

Os sentimentos relatados pelas mulheres negras são positivos para dar a mão no círculo antirracista e feminista negro da atualidade. Tais características correspondem às vivências pessoais de cada uma das mulheres reunidas em espaços geográficos separados.

⁷ Fala relatada pela *podcaster* Kenya Odara (2023).

Somente a *podcaster* Elloane Carinie, do *Na Beira do Rio* (Norte), ainda não tinha pensado especificamente nesse papel de mulher negra em protagonismo, antes da realização da entrevista:

[...] quando tu falou da sua análise a partir de um ponto étnico, foi a primeira vez que eu eu comecei a pensar. Eu não tinha pensado sobre isso porque uma coisa que o Andreia a gente sempre concordou é que o que que a gente queria compartilhar ideias, compartilhar as ideias, reflexões e filosofias. A gente vai trazer nossos convidados da mesma forma que eles iam compartilhar e mesmo os episódios em que estamos só nós duas” (Carinie, 2023).

Na interlocução, detalhou que prezava pelo anonimato e que entendia que a voz seria o principal instrumento de ação. Ela afirmou que carrega a representação de outras mulheres no conjunto de uma mulher amazônica, em respeito às diversas vivências e saberes individuais.

Então eu nunca tinha parado para pensar, né que eu era uma mulher amazônica, na verdade. Então eu eu me reconheço em todas essas mulheres, eu me reconheço. É muito curioso isso né? Como agir aqui. Eu me reconheço em cada mulher, me reconheço na indígena, negra, na quilombola, na branca. Isso é muito característico também, dos fluxos migratórios no século XX. Na verdade, eu me sinto como uma mulher amazônica representando cada uma dessas mulheres (Carinie, 2023, s/p).

A fala de Ellone foi coletiva quando menciona que a pluralidade de mulheres e etnias são os elementos que formam a identificação do *podcast Na Beira do Rio* e não apenas de um lugar singular:

[...] eu desempenho um papel aqui no meu podcast, falando com as outras pessoas, mas eu tenho toda a minha história. Então eu acredito que a gente trazendo todas essas histórias, de outras mulheres de diferentes etnias e mostrando, né? Essa diversidade é mais do que me sentir uma mulher negra que representa as mulheres negras, eu me sinto parte de todas elas, então cada uma delas a gente pode se sentir representada quando vem ao nosso podcast” (Carinie, 2023).

Conforme o depoimento, a busca pela diversidade étnica para participação no *podcast* também faz parte da representação das muitas vozes da região Amazônica. Para ela, escutar os grupos de mulheres é uma forma de representá-las sendo uma mulher negra e amazônica, que, apesar da identificação pessoal dela, cada mulher, respeitando seu lugar de origem cultural, precisa reconhecer a sua identidade e falar por si.

Eu me sinto sim, representante dessas mulheres, mas nesse sentido, mas é por isso que a gente sempre busca trazê-las para o nosso podcast. Então, por exemplo, ali quando eu falei das mulheres quilombolas, doceiras do Maruanum, eu sou uma mulher, né, que tem uma mulher amazônica, com características de mulher negra. Também sou uma mulher negra, me sinto uma mulher, me reconheço também como

mulher negra. Só que, para falar sobre uma mulher negra quilombola, a dona Marciana lá do Maruanum, que tem que falar sobre a sua existência, enquanto mulher negra. É isso. Então é, existe essa questão da identificação dos espaços em que essas mulheres existem, interagem socialmente se reconhecem e desempenham o seu papel (Carinie, 2023).

A *podcaster* entende que a diversidade é mais importante do que apenas ter o sentimento de ser uma mulher negra, que, através do *podcast*, tem a possibilidade de se tornar todas elas. Considerando cada pensamento sobre ser uma mulher negra atuando como protagonista de um *podcast*, de forma geral as ponderações estão ancoradas em processos raciais que colocam a população negra em determinados espaços de visibilidade ou invisibilidade, aspectos sociais, estruturais e atravessamentos culturais como o lugar de origem. Os depoimentos falam muito sobre o que essas mulheres estão fazendo por outros grupos segregados nas suas determinadas comunidades, sobretudo quando concordam que representação, nesses lugares de exposição, são importantes nas suas trajetórias.

Nessa observação, entendemos que as mulheres enfrentam as mesmas dores de existências nas cinco regiões brasileiras. Em quatro das cinco regiões, o pensamento das interlocutoras corresponde a situações racistas que, de alguma forma, impactaram no processo de reconhecimento do ser mulher negra brasileira. Por fim, a percepção coletiva da região Norte, a partir da fala de Elloane, amplia as qualidades entre as mulheres que pertencem àquela região, considerando a autenticidade, de forma individual, de cada uma delas.

Na análise dos desafios para ocupar esse espaço de produção de *podcasts* das interlocutoras, dos desejos e impedimentos de realização nos *podcasts*, o tempo e a falta de recursos são semelhanças observadas entre as falas das *podcasters*. Disponibilidade e apoio econômico são os problemas mais declarados pelas mulheres, como afirmou Elloane (Norte), “porque tem toda uma organização, mas é principalmente a questão financeira de incentivo” (Carinie, 2023). A vontade de desenvolver os *podcasts*, por meio do aumento de episódios é recorrente entre as abordagens: “Eu queria fazer ele semanalmente, mas edições, né? E eu não consigo por causa do tempo. Então, às vezes, fica um por mês, tá?” (Alves, 2023). Entre as cinco, somente a jornalista do Centro-Oeste afirmou ter falta de apoio local com as produções artísticas como um dos principais impasses que o *Boca de Siri* (Centro-Oeste) enfrenta: “As pessoas aqui ouvem bastante *podcast*, mas eles não ouvem o que é daqui, tem muita essa cultura das pessoas acharem do que é produzido aqui não ser bom, e eles têm essa esse imaginário, sem nem ouvir” (Resende, 2023).

Laura Resende aponta que as pessoas da região preferem ouvir e investir em *podcasts* de centros maiores antes de acompanharem o que acontece no local: “Porque as pessoas não

ouvem, as pessoas não se interessam. Então elas acham que não vale a pena você investir em que você não acha que é bom. É melhor eu investir no *podcast* que é de São Paulo, por exemplo do que eu investir no *podcast* local, sendo que o meu público é local” (Resende, 2023). Como foi observado, o *Boca de Siri* (Centro-Oeste) enfrenta dificuldade de audiência na comunidade. Em contrapartida, o *A Cor da Voz* (Sul) foi abraçado pela comunidade ativamente. A produtora Tainã Rosa afirma já ter atingido espaço de divulgação em todos os meios de comunicação, no entanto a prevalência para a divulgação dos materiais como o recebimento de release em mídias impressas, dificulta a engrenagem. Outros pontos mencionados por Tainã estão em pensar quais pautas ainda não foram trabalhadas no filtro de produção e na possibilidade de rodar os programas em outros estados e países. Ela afirma:

Hoje eu tenho que ficar me desafiando a pensar: O que que eu já trabalhei? O que que eu tenho que trabalhar de novo? Porque eu ainda não trabalhei no *podcast*, o que mais que eu tenho que estudar? Quem eu vou chamar agora, né? Eu tenho que sempre seguir estudando, seguir estudando até já fora da vida das pessoas os conceitos que eu quero usar, buscando os projetos das instituições. Então a todo momento eu fico como desafiando, né? E sou desafiada a fazer um trabalho melhor, continuar fazendo um trabalho consistente. O que eu gostaria hoje? Seria de poder promover novos espaços de escuta então (Rosa, 2023).

Tainã relatou que os problemas já enfrentados para ocupar esse espaço de produção de *podcast* correspondia aos questionamentos sobre o que ela pretendia fazer, já que outras pessoas desejavam determinar o que ela poderia falar ou como ela deveria trabalhar no *podcast*.

Acho que os desafios descontam quando as pessoas começaram nessa questão do questionamento, por exemplo com essa primeira pessoa professora que apoiou assim, será que realmente tu tá pensando no sistema certo por esse *podcast*, né? Quem sabe eu sugiro né? Não é pra ir né ou fazer acordos, né? Que acaba sendo um desafio, mas com essa outra professora foi um desafio positivo pra mim porque eu pude aprender bastante. Assim, me abriu outras possibilidades, né? (Rosa, 2023).

Questionadas sobre as atividades que gostariam de realizar, mas que não conseguem, nenhuma delas apontou dificuldades de atuação, mas, sim, elementos externos que provocam ações. Elloane do *Na Beira do Rio* (Norte) desejava construir um livro, a partir das experiências dos programas, mas foi impedida pela falta de financiamento até o período da entrevista. Segundo ela, são muitos projetos que exigem tempo e dinheiro: “É! A gente quer produzir livros, a gente quer produzir muita coisa então. Mas aí é impossibilitada pela falta de dinheiro, assim falta de apoio. Então, mesmo que a gente produza algo de qualidade, demora muito” (Carinie, 2023). A interlocutora mencionou que os episódios acontecem de acordo

com a disponibilidade da dupla. E colocar grandes projetos em prática renderia um esforço maior, o que, no período da entrevista, não era possível, pois estava desenvolvendo a tese de doutorado:

[...] a gente faz com muito amor esse podcast, mas a gente tem que ser realista também. Gente, já viu o preço do leite? Não é nem a questão do preço do leite. A gente só queria produzir uma série de livros, só isso! Então assim a gente tem muitos projetos, a gente queria fazer assim. Tu precisa ver o nosso caderno de rascunho da Andreia a quantidade de ideias que aquela menina tem. E foi ela que surgiu com a ideia do podcast. A quantidade de ideias. E assim, enquanto a gente se especializa para dar conta disso e até o documentarista, Andreia tá se especializando, sabe, para dar conta para entregar conteúdos de qualidade que é a nossa preocupação (Carinie, 2023).

Laura Resende (Centro-Oeste) ainda planeja executar um quadro “Chorei no banheiro” entre as edições dos episódios, “a gente quer pensar numa forma de quadro. A gente trouxe um quadro que a gente tinha; um quadro chamava chorei no banheiro, no Publicitárias com A” (Resende, 2023). Segundo a *podcaster*, a ideia nasceu da inspiração de outros quadros que *podcasts* escutados por elas promovem, para falar de assuntos mais delicados e pessoais que as mulheres passam enquanto choram no banheiro.

Laura não mencionou desafios pessoais em relação à atuação no *podcast*, mas revelou que a dupla deseja monetizar o *Boca de Siri*. Por fim, Tainã (Sul) ainda busca conseguir expandir o *podcast A Cor da Voz*. Em relato, apontou a intenção de acesso a rádios próprias que possam deixar a transmissão dos episódios nas ruas das comunidades de Alvorada, no Rio Grande do Sul. Deseja também que os programas cheguem a outras regiões brasileiras e a outros países.

Seria de poder promover novos espaços de escuta então. Eu tô inclusive indo atrás de editais para tentar construir de fato estruturas de rádio e alguns lugares em alguns bairros, para que o podcast fique tocando na rua, né, para as pessoas. Porque assim, eu tô bem feliz. Acho que a gente vai encontrar lugares maiores e tudo mais, mas hoje a gente já fez é Jornal, TV e rádio impresso e digital, né? Todas as possibilidades de mídia que a gente tem, a gente já fez, né de comunicação. O que vai acontecer é que a gente vai para outras regiões e para outros países na mídia. Isso que vai acontecer eu tenho certeza (Rosa, 2023).

Para concluir, conforme a fala das interlocutoras, não há editais de fomento à produção de *podcasts* nas regiões brasileiras. Em todos os territórios a que as mulheres pertencem, ocorrem problemas de acesso a recursos sociais. Em divergência, se na região Norte existem programas de incentivos para ações de desenvolvimento socioambiental, ainda

falta apoio para projetos de audiovisual, como lamentou Elloane Carinie. E, no Sul, Tainã Rosa busca projetos que liberem a reprodução dos episódios nos bairros de Alvorada.

No ponto que se refere às conquistas, a maioria das interlocutoras concordam que as vitórias estão relacionadas com os *podcasts*. Elas afirmam que a realização do produto é uma ação positiva. O retorno que acontece por meio dos feedbacks dos ouvintes também é considerado importante. Duas delas ainda pontuaram ações subjetivas validadas como conquistas. Para as *podcasts* Maria Alves (Nordeste), Kenya Odara (Sudeste), Tainã Rosa (Sul) e Laura Resende (Centro-Oeste), os *podcasts* são proezas conquistadas ao longo das carreiras profissionais ou em significativos momentos de ações pessoais. Os feedbacks são mencionados por Kenya, Tainã e Maria, que, além do programa, entendem que a movimentação de pessoas negras na mídia também deve ser considerada.

Quando Maria Alves (Nordeste) conta sobre o retorno dos ouvintes, percebe que, além do *podcast*, o programa de rádio apresentado por ela chama atenção da comunidade. Ela conta que existe um processo de identificação, que abrange desde as histórias relatadas até o protagonismo desenvolvido por ela, em ambos os produtos.

Eu ouvi quando você falou da sua transição. No início, seu cabelo tá bonito, você tá bonita. Eu também tô fazendo transição, depois que eu comecei eu vi você tô te acompanhando. Pô! Eu também passei por isso. São comentários assim, né que te deixam feliz, né? Com isso então acho que eu já consigo já tenho essa conquista de estar inspirando (ALVES, 2023).

Naquele momento, Alves refletiu sobre as conquistas. Relatou se sentir feliz por estar conseguindo contribuir com o fluxo de aproximação cultural de receptores. No caso do *podcast Coletivo Siriricas* (Sudeste), perder o medo de falar sobre sexualidade é considerado uma conquista, também valorizada na percepção de Kenya Odara. Para a interlocutora, todas as conquistas são coletivas, já que o *podcast* possui sete integrantes.

A gente faz alguns posts no Instagram. Também as pessoas veem quem nós somos, já conseguem associar as vozes aos nossos rostos. E a gente tá na rua, as pessoas reconhecem a gente. Isso é muito muito interessante. E aí o medo de perder esse medo, né de você ser essa pessoa que a galera olha e fala: Caramba, aquela ali a Kenya do *podcast* e tal. Porque todos os espaços que eu acessei, as coisas que eu ganhei foi tudo por conta do trabalho que a gente fez em conjunto (Odara, 2023).

O reconhecimento - também observado nas redes sociais com a interação do público que acompanha os episódios - chamou a atenção da *podcaster*. Para ela, prezar pela diversidade e inclusão faz parte dos valores em que o grupo acredita, e, quando alcançam esses patamares determinados pela equipe, ela sente que o processo se torna incrível e

significante, como disse: “e eu acho isso muito incrível poder ter essas experiências legais junto com as minhas amigas fruto de alguma coisa que a gente construiu junto é muito gratificante também, né?” (Odara, 2023).

O mesmo processo acontece na percepção da Tainã Rosa (Sul). A *podcaster* pontuou conquistas objetivas e subjetivas. O *podcast A Cor da Voz* trabalha com certificação como maneira de captar informações do público, rastrear dados de interesse da produção e promover melhores conteúdos. Tendo em vista esses relatos deixados espontaneamente pelos ouvintes, conseguimos ter a noção de como está a recepção das temporadas. Nesse sentido, conceitua o feedback dos ouvintes como conquistas subjetivas. Na entrevista, Tainã Rosa chegou a mencionar um relato de uma das ouvintes, uma senhora de 80 anos, o qual marcou a produtora cultural:

Tem um bem específico assim que ficou marcado em mim. Foi uma senhora de 80 anos que me mandou uma mensagem, mandou um áudio agradecendo pela possibilidade de refletir sobre temas negros ainda nessa vida. Então esse retorno especificamente assim, me mobilizou muito, porque eu sei que ela entendeu o que eu tava falando, e esse foi o meu principal propósito desde o início, né? (Rosa, 2023).

Possíveis retornos financeiros e expansão do *podcast* internacionalmente são vitórias elencadas pelo *podcast* como objetivas:

[...] são resultados reais, inclusive de dinheiro, porque nós, pessoas negras, precisamos falar em dinheiro, né? Não é só dar tapinha nas costas. Vem dinheiro e faz é uma geração de renda local com todos esses autores e produtores negros, né? Seja revisores, transcritores e historiadores, designers, fotógrafos, motoristas. Tem de tudo no projeto porque o projeto precisa girar, né? Então preferencialmente eu busco, de sempre, pessoas negras para trabalhar” (Rosa, 2023).

No caso da expansão internacional, ocorre o fomento de recepção dos episódios em outros países para além do Brasil, coletados nestes processos de identificação de ouvintes. A *podcaster* sente que está cumprindo com o desafio a que se propôs:

[...] a cada três meses, a gente tem três quatro meses, a gente tem dois a três países a mais que nos ouve desde o início do canal. Então eu sei que eu vou terminar a temporada com dois ou três países a mais. Sempre todas as temporadas a gente termina com mais países nos ouvindo (Rosa, 2023).

Na região Centro-Oeste, Laura enxerga o *podcast* como uma conquista pessoal e profissional que agregou conhecimento na caminhada com a comunicação: “Eu acho que o *podcast* é uma conquista bem legal, eu acho que ele trouxe outra visão que eu não tinha, para

comunicação, que eu fiz duas habilitações, e eu ainda não tinha entrado na área, né de *podcast*” (Resende, 2023). Através de oportunidades que surgiram com as produções dos *podcast* junto da agência Altia, percebeu que poderia testar as várias versões de atuação como apresentadora: “Eu acho que é uma conquista muito legal e que abriu portas na verdade, principalmente porque Altia, eles têm muito essa postura de oportunizar. Então eu acho que é muito legal. Ele abriu muitas portas para mostrar como que eu estou apresentando em outros momentos” (Resende, 2023). Na fala, foi possível identificar sentimento de felicidade. Ainda quanto ao ponto de vista sobre as conquistas, a interlocutora da região Norte valoriza a simplicidade dos bens imateriais, como “aprender uma palavra nova” (Carinie, 2023) e reiterou respeitar os ciclos da sociobiodiversidade na potência da ciência da natureza:

Porque eu acredito muito que a ciência, diferente dessa ciência moderna, dessa tradição moderna que teve suas contribuições e as soluções provisórias ali. Mas que a gente precisa de uma nova ciência, né? E ela vem da Amazônia, ela vem desde a sensibilidade e visualidades. Então para mim isso é uma conquista diária, então quando a gente começa a perceber que o simples fato da gente se conectar com um presente comum que a gente vive por mais que ele seja difícil (Carinie, 2023).

Elloane acredita que, no futuro, precisa haver uma visão que pense no equilíbrio democrático socioambiental, que englobe os direitos de todos os seres vivos. Disse:

[...] é assim, o presente e o futuro é entender que os animais, a fauna, a flora que devem fazer parte da democracia do conceito de democracia, que é isso que a gente defende. Também que os direitos dos animais de todos os seres vivos. E devem também estar previstos assim em Constituição. Precisa ser preservado, protegido que a gente não é mais importante do que nenhum ser vivo que existe sabe? Todos nós compartilhamos esse mundo, então entendemos isso então a gente tem que começar pelo mais simples pelo mais básico, né? (Carinie, 2023);

Situações singelas deixam Elloane muito feliz. Ela descreve que “existe outros seres” por trás da palavra conquista, intensamente associada ao conhecimento:

Então essa conexão de visualidade com a nossa própria linguagem, né? É a nossa meditação com o mundo é a forma como a gente mede. A nossa é relação com o mundo, então, quando é uma conquista para mim, aprender uma nova palavra, um novo sentido para ela, e entender que existem também outros seres por trás dessa palavra. E quando a gente começa a perceber a importância da grandiosidade de aprender uma palavra nova e de conhecer algo novo é para mim já é uma conquista. É por isso que eu acho eu tenho quase certeza que eu nunca vou parar de estudar (Carinie, 2023).

Em relação às outras *podcasters*, Elloane exala uma simbologia mais profunda em conexão de significados quando pensa sobre conquista. Fortemente ligada com os processos

culturais no Norte, “e ela vem da Amazônia, ela vem desde a sensibilidade e visualidades” (Carinie, 2023). Assim como mostra a essência da região nortista como foi exposto pela interlocutora Ellona Carinie, concluímos que, em relação às regionalidades na perspectiva de conquistas e sentimentos, as mulheres são, de forma geral, muito próximas com o retorno que o público concede, a partir dos *podcasts*. Nas regiões de Norte a Sul do Brasil, as falas irão apontar características singulares como as belezas da sociobiodiversidade relatada pela mulher do Norte, assim como os relatos de ouvintes no Nordeste, a identificação sonora no Sudeste, as perspectivas de emprego no Centro-Oeste e as mudanças sociais no Sul, mas todas estão interligadas através do *podcast* e de seus respectivos trabalhos de produção de conteúdo.

Na análise das expectativas em relação ao futuro de atuação no *podcast* e para além dele na vida profissional na área de comunicação, as cinco comunicadoras concordam em melhorar as condições de produção e visam ao crescimento dos projetos. Tainã Rosa (Sul), que visa ao crescimento do *podcast*, aposta na expansão do produto para além das fronteiras nacionais e reprodução apenas na língua portuguesa. Até o momento da pesquisa, a produtora literária realizou a construção de 27 bibliotecas na cidade de Alvorada, impressão de livros e alcance comunitário com o projeto originado no *A Cor da Voz*. Disse: “Isso foi super importante, e eu espero que esse projeto possa se expandir para vários outros lugares. Essas mini bibliotecas têm os livros do *A Cor da Voz* e têm *QR Code* para o *podcast*, né? Então e tem enfim toda a explicação do que é pra pessoa ir atrás” (Rosa, 2023). A jornalista do Nordeste, Maria Alves, pretende aumentar a sua potência na comunicação através do jornalismo. Ela acredita que ainda pode ter acesso a grupos sociais e ser inspiração como mulher negra ocupando esse espaço profissional. Afirma:

Eu acho que no jornalismo também conversando com outras pessoas, atingindo outras pessoas dessa maneira, né? Levando que eu posso levar e inspirando também nesse sentido de ser uma mulher negra ocupando um espaço e quem sabe também outros jornalistas, não só disso né? Como conversar, como falar com a câmera, como falar no rádio, né? (Alves, 2023).

No Centro-Oeste, a profissional negra Laura Resende também apontou objetivos de reformular e qualificar o *podcast Boca de Siri*, incluindo as viabilidades de monetização do produto.

[...] o Boca de Siri a gente tem alguns projetos para reformular ele para fazer algumas melhorias, a gente faz desde que ele criou né? A gente vem afunilando, vendo que tá dando certo que não tá dando certo. Se você for ver os primeiros episódios, eles são bem mais longos, a gente reduzir a gente foi vendo foi né?

Aparando arestas é uma das coisas que a gente quer fazer, que a gente já conversou sobre, mas a gente ainda não parou para colocar no papel (Resende, 2023).

No Sudeste, a apresentadora Kenya Odara espera reconhecimento pelo trabalho nos programas, na troca de informações de afeto com a comunidade negra por meio do *Coletivo Siriricas*. Ela espera conseguir atingir o público com maior abrangência na idealização para o futuro:

[...] poder compartilhar mais informações relevantes para nossa comunidade, também servir como um alívio na rotina de outra de outras mulheres negras, ter não só esse espaço de dor, mas a gente conseguir compartilhar coisas boas, também falar das nossas conquistas, de autocuidado, coisas que são boas para o nosso para o nosso dia a dia, para nossa vivência, para o nosso processo de autoconhecimento (Odara, 2023).

Eloanne Carinie, da região Norte, aprendeu a desacelerar e prestar atenção no momento presente. Com isso, espera continuar impactando vidas pelo *podcast Na Beira do Rio*.

Mas assim, eu acho muito lógico, né? Como o nosso podcast pode impactar a vida das pessoas e o mundo que a gente vive? Mas é sempre nesse sentido que a gente pode fazer agora, a gente tem todos esses planos aqui para o nosso, para nossos projetos profissionais e tal. Mas o que que a gente pode fazer nesse momento? O que está dentro das nossas possibilidades? Então a gente sempre trabalha com isso. Eu coloco isso, né, dentro das nossas possibilidades de agora o que a gente pode fazer que a gente consegue fazer, o que a gente pode planejar a curto e a longo prazo. Então a gente tem esse segmento, não é algo que a gente sofre antes. Eu tinha muito muita cobrança, eu sofria muito com isso, mas hoje eu sou bem mais tranquila, eu aprendi a desacelerar (Carinie, 2023).

Para ela, os desejos do momento presente irão resultar no futuro. Não existem possibilidades de aumentar a produção para chamar atenção de maneira supérflua, logo a dedicação atual vai corresponder às atividades que têm valor para a dupla, no sentido de se conectarem com o presente:

[...] a gente continua fazendo o nosso trabalho. Sempre acredito que o nosso trabalho fala por si. A gente não precisa fazer além do que a gente pode fazer só para agradar, só para criar uma imagem para suprir expectativas. O nosso trabalho fala por si, o que a gente faz as nossas ações já são suficientes. Então a gente tem que focar nisso, nos nossos propósitos e trabalhar nesse sentido, de se dedicar. O que a gente gosta ou que tem valor e eu sempre que agora eu eu sempre busco, né para me conectar mais com o presente, é entender o que tem valor para mim nesse momento. Então é sempre o que tem valor para mim nesse momento e, a partir desse momento, que eu começo a construir as minhas ações ao longo do dia, ao longo das semanas e assim vai indo (Carinie, 2023).

No que diz respeito à vida profissional na área da comunicação, a maioria das interlocutoras pretende continuar com os desenvolvimentos dos *podcasts* atuais, sem outras intenções profissionais. Apenas duas das mulheres negras apontaram interesse na possibilidade de ascensão na área. Kenya Odara (Sudeste), que ingressou no segmento através do *podcast Coletivo Siriricas*, não pretende aprofundar atividades no ramo, mas não descarta continuar com episódios de qualidade no *podcast*.

Em relação à comunicação, acho que vou continuar com esse único ato. Assim, através do *podcast* mesmo, não imagino fazendo uma segunda graduação nessa área, por exemplo. Mas sempre procuro estudar algumas coisas também para entregar um trabalho de qualidade, né, para as pessoas que usam o nosso *podcast*. Então tem o teu mínimo ali de conhecimento sobre, para não sair falando abobrinha para todo mundo (Odara, 2023).

Elloane (Norte) concorda com Kenya Odara (Sudeste): pretende concluir o doutorado e não tem intenção, neste momento, de dar sequência profissional à área da comunicação, apesar de afirmar ter uma educação interdisciplinar e aproveitar as oportunidades, caso sinta vontade. Ela declara:

Eu sou muito assim de lidar da melhor forma possível com o imprevisível. Então toda a minha formação que é interdisciplinar não foi planejada. Foi assim: surgiu uma questão ali uma oportunidade em algum momento assim, e eu vi, hum? Vou fazer! Me deu vontade de fazer. Então essa parte da comunicação eu vejo muito como qualquer outra coisa na minha vida em relação à oportunidade de tudo. Hum! Que bacana para a gente fazer tal coisa! Vamos fazer? Sei como faz? Não sei, mas vou aprender! Vamos ver como é que faz, entendeu? É nesse sentido (Carinie, 2023).

Já a *podcaster* do *A Cor da Voz*, pretende fazer doutorado nos Estados Unidos, como explicou:

[...] agora dentro da comunicação algo que foi totalmente inesperado é que eu decidi fazer o doutorado nos Estados Unidos, né? Eu tive essa decisão, já tô num programa da embaixada. Desde o ano passado encontraram-se para participar de uma atividade. É desse ano e tal de uma seleção para se apoiar pelos Estados Unidos para fazer o doutorado. E aí, quando eu fui apresentar minha proposta, efetivamente eu pensei em escrever para o doutorado em Letras, né para trabalhar com narrativa nas letras, e fizeram uma contraproposta para fazer o doutorado em comunicação essa que isso que aconteceu para fazer o doutorado em comunicação dos Estados Unidos (Rosa, 2023).

Maria Alves (Nordeste) pensa, em relação ao futuro, na possibilidade de ajudar jovens da periferia com conhecimento comunicacional ou até lecionar: “Então acho que eu posso ajudar, também eu tenho uma vontade assim que eu sempre falo: Se eu tivesse assim mais

dinheiro montar uma rádio comunitária em algum espaço e ensinar isso que é uma profissão, né, para outros jovens. A periferia é um sonho” (Alves, 2023). Portanto, as mulheres das cinco regiões apresentam perspectivas próximas quanto ao desejo de continuar com os projetos atuais, e a maioria não pretende dar sequência profissional à área da comunicação. O que difere as regiões é a intenção de propagação do *podcast* gaúcho para além dos ouvidos brasileiros.

Em relação às sugestões de iniciativas e políticas para fomentar a presença de mulheres negras nos *podcasts* brasileiros, todas concordam que ações governamentais precisam ser tomadas com ênfase nas comunidades e mulheres negras. Como exemplo de iniciativas, a maioria citou editais e capacitação técnica na produção de *podcasts*. Apenas duas delas sugeriram qualidade nas parcerias público-privadas e políticas integradoras em notáveis setores. Para Elloane (Norte), Laura (Centro-Oeste) e Kenya (Sudeste), cursos de capacitação para o desenvolvimento de mulheres negras precisam ocorrer com maior protagonismo nas regiões brasileiras. No Norte, diversos projetos recebem incentivos por meio de editais para fomentar o avanço de grupos. No entanto Elloane pensa que políticas ambientais precisam ser potencializadas na área econômica daquela região:

Então é a meu ver o que deveria continuar isso dentro das próprias políticas ambientais é justamente isso, né? E promover fomentar, mais as atividades, potencializar atividades econômicas que essas mulheres já se desenvolvem que elas são protagonistas, então potencializar uma existência que já é delas, por exemplo criar outras atividades. Os editais aqui que a gente participa são muito bons, são editais voltados assim, às vezes até para grupos específicos indígenas, quilombolas, negros também fora do espaço de existência quilombola ou para mulheres. Então assim existem editais específicos para esses grupos para participar tanto das atividades que eles já desenvolvem ou criar outras atividades que eles tenham interesse (Carinie, 2023).

Ela explica que editais beneficiam grupos para que possam receber apoio ou criar novos projetos, considerando as diversas etnias como as indígenas, os quilombolas e também as mulheres negras, assim como outros grupos. A *podcaster* não deixou de associar a pesquisa científica com iniciativas políticas para incentivar tais projetos: “Então têm diversas alternativas, têm diversas formas de fazer isso: a primeira delas é prestar atenção e olhar para a Amazônia e reconhecer isso. Educação é a base pra gente, pra gente entender tudo isso. Então o investimento nos centros de pesquisa, e parte muita coisa bacana do centro de pesquisa. a gente vê que falta é o poder público agir mesmo porque aqui a gente encontra soluções” (Carinie, 2023). Ainda, segundo a perspectiva de Elloane, as políticas ambientais,

sustentáveis e as educacionais precisam caminhar juntas para que as mulheres consigam maior protagonismo, como afirma:

Então é a meu ver o que deveria continuar isso dentro das próprias políticas ambientais é justamente isso, né? E promover, fomentar, mais as atividades, potencializar atividades econômicas que essas mulheres já desenvolvem, que elas são protagonistas. Então potencializar uma existência que já é delas, por exemplo criar outras atividades. Pode até ser a partir de práticas diferentes, mas dentro daquela realidade. Eu gosto de falar em protagonismo, não é só tirar uma mulher de um meio ali pai trazer ela para o centro e sei lá (Carinie, 2023).

Ela ainda indica que não basta apenas ter editais de fomento para privilegiar mulheres e negras. É necessário produzir políticas de diversidade para atuação em seus próprios territórios, considerando as demandas de mulheres das áreas urbanas e rurais.

Criar condições para que ela tenha protagonismo, tenha a voz no seu lugar, no seu espaço, no seu ambiente e para onde ela quiser ir também. Então é diversificar esses editais de fomento. Trazer mais investimentos para as políticas de preservação e conservação das nossas unidades de conservação de toda essa região das mulheres de área urbana também, das mulheres negras em área urbana que também têm um outro tipo de existência. Então é pensar de uma forma múltipla de uma forma diversa, como trazer diferentes protagonistas porque são diferentes mulheres são diferentes existências, a gente tem é essa isso em comum da nossa trajetória histórica. A gente sofre violência em comum. Mas nós somos mulheres diversas, então enxergar essa pluralidade e formas também de trazer esse protagonismo, por exemplo no meu caso no meu caso (Carinie, 2023).

Laura Resende (Centro-Oeste) e Kenya Odara (Sudeste) entendem que, para fomentar a presença de mulheres negras em *podcasts*, é necessário realizar capacitação por meio de atividades práticas do uso do produto, sem precisar de produtora profissional como “criação de roteiro, e edição para levar de casa, como gravar de casa. Como que você quer equipamentos? Você precisa do celular para gravar. A gente gravava na pandemia, a gente gravava online e a gente usava sua técnica também que é de ter um backup ali que a gente gravava a chamada” (RESENDE, 2023). Segundo ela, trata-se de uma oportunidade de expansão profissional: “Então eu acho que vale muito a pena, as mulheres negras, elas são chefes de família. E que precisam ter esse investimento para aumento da renda etc., e eu acho que a capacitação é o caminho da oportunidade, né? Para criar, ensinar como fazer e oportunizar” (Resende, 2023). Kenya Odara (Sudeste), do *Coletivo Siriricas*, concorda com a necessidade de produção de programa, oficinas e workshops promovidos pelo poder público, como iniciativas políticas.

Talvez mais programas editais ou projetos que falem sobre o podcast, o que que é Podcast como ele pode ser útil para comunidade e adicionalmente também promover oficinas, workshops, para ajudar essas mulheres a dar esse primeiro passo com as suas ideias a acessar esses espaços. Mostrar que dá para ser uma parada acessível que você consegue fazer de casa. Tem ferramentas gratuitas para isso, explica também em forma de engajamento, para você atingir seu público alvo (Odara, 2023).

Conforme as *podcasters* Tainã Rosa (Sul) e Maria Alves (Nordeste), as políticas precisam ser integrativas com outras áreas para fomentar a presença de mulheres negras em espaços sociais e comunicacionais, como os *podcasts* brasileiros. A produtora do *A Cor da Voz* (Sul) relatou que a pesquisa acadêmica precisa estar fortemente ligada à sociedade, na intenção de mapeamento local de grupos, conexão regional com grupos maiores além do fomento federal:

A gente precisa de políticas integradoras entre diferentes esferas, né? E tanto a nível municipal para acolher essas comunidades, conversar com essas mulheres para fazer a manutenção das histórias locais, né? Começando eu acho em um mapeamento. Quanto depois conseguir de alguma maneira fazer a integração com grupos maiores, né? Por região estaduais, por exemplo, né? Fazendo uma parceria com a universidade para que a gente faça esse mapeamento, mas também com um financiamento federal que a gente sabe que tem um aporte maior, né? (Rosa, 2023).

Além de investimento, Rosa destaca que a ação vai além do discurso, como a criação de centros culturais:

[...] precisa de ação, a gente precisa é da construção de centros culturais e de auxílio, né? Um auxílio financeiro para que essas mulheres invistam o seu tempo na produção cultural de *podcasts* ao invés de estarem, só trabalhando ou é de carteira assinada ou no terceiro setor, né? Que a gente sabe que acontece muito, a gente precisa é também de coletivos de mulheres, né? Que esses coletivos sejam promovidos e também valorizados para que as mulheres consigam se aquilombar. E aí, então fazer uma produção mais intensiva, enfim. (Rosa, 2023).

O mapeamento consiste em conhecer os discursos pessoais dessas mulheres na construção de conhecimento coletivo, o que, por meio de centros culturais, poderia ser uma solução, a partir de auxílio federal. Ela explica que não apenas o trabalho formal poderá formar as vivências desses grupos sociais que necessitam de apoio. Eles precisam de formação cultural para fortalecer as mulheres negras.

No mesmo sentido, a produtora Maria Alves (Nordeste) apresenta uma visão próxima da *podcaster* do Sul. Ela sugeriu conhecimento étnico racial entre empresas públicas e privadas para considerar o bem-estar e a permanência de grupos sociais em oportunidades em nome da diversidade, como iniciativas políticas amplas:

[...] não adianta colocar todo mundo, indígena, pessoas negras, trans, se o olhar ainda é racista e preconceituoso dos gestores, né? Porque essas pessoas vão sofrer as situações que sofrem fora do ambiente de trabalho. Então é um cuidado que precisa ser tomado de todos os setores, o olhar tem que ser partir para todo mundo, não só quem tá entrando, mas tem que ser para todo mundo (Alves, 2023).

Para ela, ocorre um processo de racismo estrutural na linha que separa a comunidade negra das oportunidades que é nomeada como “incompetentes”:

[...] e às vezes assim tem pessoas que falam: Eu não acho gente negra no mercado de trabalho competente, é difícil, e isso é um questionamento do racismo estrutural, né? Não tem, será? Não tem se a gente tem a maioria da população não tem pessoas negras competentes? Ou você está tendo preguiça ou falta de vontade de empregar pessoas negras? (Alves, 2023).

Ela explica que muitos jovens que precisam de oportunidades podem morar em periferias e, partir desse ponto, já ocorrem dificuldades e preconceitos no mercado de trabalho:

[...] não tem, se a gente tem a maioria da população não tem pessoas negras competentes? ou você está tendo preguiça ou falta de vontade de empregar pessoas negras? Não é essa pessoa negra, mora na periferia, vai pegar dois ônibus, né? Então, ah vai chegar atrasada no trabalho. Às vezes, tem esse tipo de pensamento. Então vou preferir o mais fácil, a pessoa que tem carro que mora aqui perto e que é branca, entendeu? Então às vezes é preguiça, é a falta de vontade, falta de pensar um pouquinho mais, né? (Alves, 2023).

Segundo Alves (Nordeste), esses exemplos impactam também as mulheres negras no mercado brasileiro de oportunidades. O olhar racializado poderá auxiliar em aberturas de portas e permanência dos indivíduos em sociedade: “a gente tá dando um passo. Tá devagar, mas tem um passo. A gente precisa comemorar isso também, do que era há três anos, digo até assim um passado recente” (Alves, 2023).

Em síntese, as interlocutoras sugeriram iniciativas e políticas que pudessem fomentar a presença de mulheres negras nos *podcasts* brasileiros. Uma série de ideias abrangendo ações públicas e privadas irão convergir no bem-estar e desenvolvimento para as mulheres negras ingressarem em projetos sociais, pessoais e profissionais, assim como nos *podcasts* brasileiros. A partir das falas dessas mulheres, percebemos que na maioria das regiões brasileiras apresenta carência de ações que possam fomentar a atividade em *podcasts*. Nas sugestões apontadas, o recorte atinge as ausências políticas, que, segundo elas, se fossem bem aplicadas poderiam beneficiar o todo. Notamos ainda que a região Norte possui maior fomento de editais sociais que beneficiam as áreas socioambientais daquela região.

Em relação às maneiras como a presença das mulheres negras nesses espaços de voz e visibilidade pode repercutir socialmente de forma positiva, em geral as interlocutoras concordam que o *podcast* é uma forma de representar o coletivo, bem como de criar oportunidades para expandir o conhecimento entre a própria comunidade negra. No sentido de impulso das mulheres negras, de acordo com Tainã Rosa (Sul), o *podcast A Cor da Voz* é uma iniciativa de integração feminina em diversas áreas. São diversas vozes em setores sociais que, a partir do canal, têm a possibilidade de repercutir socialmente de forma positiva. Ela afirma:

É! A gente tem mulheres negras em todas as áreas, a gente tem mulheres negras falando tanto de áreas humanas, né? Que é da onde eu venho. Foi por aí que eu comecei a cultura, teatro, educação. E como a gente já tem hoje no canal mulheres falando na saúde que eu não tenho nada a ver com saúde, mas a gente tem que falar, né? Porque é importante ou mulheres que estão nas exatas, por exemplo falando sobre empreendedorismo, né? Como a gente na prática que tá aqui, então é hoje esses espaços de representação. (Rosa, 2023).

Ela entende que as participações dos episódios são vínculos de representação considerando, além das vozes negras, grupos sociais segregados historicamente no contexto de representação e representatividade, como explica: “Representação é o bem cultural e representatividade são as pessoas que produzem esse bem quando a gente tem os dois. Isso faz extrema diferença social porque a gente troca o imaginário, né? Transforma o imaginário social das pessoas e possibilita que novas práticas sejam produzidas” (Rosa, 2023). Ela defende que a união do grupo irá promover maiores soluções para diversos problemas: “Quando a gente tem só um tipo de pessoa e a gente sabe qual é o tipo de pessoa que neste momento pensa as soluções sociais, a gente tem um tipo de solução para vários tipos de problemas. Quando a gente tem vários tipos de pessoas pensando juntas, a gente tem vários tipos de soluções para vários tipos de problema” (Rosa, 2023). Os conteúdos abordados nesses espaços de voz podem levar conhecimento e informação para além dos públicos que já seguem os *podcasts*: “Só então é que essas pessoas contarem as suas histórias e compartilharem as suas produções faz com que a gente tenha mais possibilidades de melhorar todas as nossas ciências e a nossa vida como um todo” (Rosa, 2023).

As cinco vozes desta pesquisa compreendem o espaço ocupado como forma de representação de outras categorias segregadas. A apropriação das ferramentas pode ocorrer por meio de estratégias culturais, de resistências, mas também de existência no meio da comunicação. Há o entendimento de que, a fim de haver a visibilidade das mulheres negras, está a ausência desse grupo em meios de visibilidade, o que é relatado pelas interlocutoras. Ao

citar os *podcasts* como ferramentas de repercussão positiva socialmente, compreendem que cooperam com a transformação de sonhos pessoais da comunidade negra como um todo, assim como disse Maria Alves (Nordeste):

[...] eu disse do podcast ou da minha presença de inspirar o que eu não tive. Então talvez eu veja uma jovem, uma criança que tá me vendo ali, é ou que tá assistindo um entrevistado. Poxa, eu quero ser cientista, professor que nem aquela pessoa que aquela menina entrevistou sabe? E é muito limitado, os nossos sonhos são limitados às vezes (Alves, 2023).

Essa visibilidade não se trata apenas de mostrar a cara ou de soltar a voz, mas de ser percebido socialmente como ser humano, com acesso à infraestrutura adequada nas localidades brasileiras, acesso à saúde, educação. Nas falas, também se percebe a preocupação com a preservação ambiental em conjunto com a ciência:

Então a gente precisa dar mecanismos para essa criança também sonhar, porque não ela pode ser o que ela quiser. Então, a gente precisa dar inspiração, né, para ela poder voar e é isso que a gente quer, né? Que essas pessoas tenham esse pensamento e que tenham também políticas públicas que consigam colocar em prática seus sonhos (Alves, 2023).

A jornalista detalhou que a inspiração gera inspiração, principalmente em espaços de voz e visibilidade: “A gente precisa dar inspiração, né, para ela poder voar, e é isso que a gente quer, né? Que essas pessoas tenham esse pensamento e que tenham também políticas públicas que consigam colocar em prática seus sonhos” (Alves, 2023). Para elas, os *podcasts* são movimentos de fala e audição entre as comunidades que acompanham os produtos. Então o que esses espaços de voz podem fazer, segundo a *podcaster* Kenya Odara (Sudeste), se caracteriza como “um ato de revolução” (Odara, 2023), na perspectiva de dar visibilidade para mulheres negras e atuar juntamente com grupos antirracistas.

A gente faz esse recorte mesmo de mulheres negras nos nossos temas em tudo que a gente produz. Só que a gente não tem o controle de quem são as pessoas que vão consumir. O nosso foco são mulheres pretas. A gente fala por mulheres para mulheres pretas, porque nós somos mulheres pretas. Então, mesmo se a gente não quisesse, se a gente já tem esse recorte não tem como eu falar de uma vivência que eu não tenho. Então, mas quando a gente coloca na internet, já tá livre para qualquer pessoa escutar qualquer pessoa absorver aquela informação e para a gente é até bom porque isso acaba trazendo mais aliados para as nossas lutas também, né? (Odara, 2023).

O *podcast Coletivo Siriricas*, que trabalha com temáticas sobre a sexualidade das mulheres e das mulheres negras, vai atingir uma comunidade específica de audiência, devido ao fato de esse tema ainda ser tratado como tabu na sociedade:

[...] eu acho que até hoje na verdade é meio que um diferencial isso que a gente aborda, falar dessa questão do tabu da sexualidade. Às vezes só pelo nome do nosso coletivo também as pessoas já despertam uma curiosidade para saber o que que é. Então eu acredito que o sucesso foi devido a isso, esse diferencial assim. E ter isso é uma coisa construída por várias mãos, né? Então a gente já tinha meio que um público do nosso perfil pessoal também, cada uma fazendo o seu conteúdo ali da sua vivência. E isso acabou casando muito com que a gente queria trazer para o coletivo (Odara, 2023).

Kenya Odara (Sudeste) afirma que as práticas vão além de atividades midiáticas; irão percorrer caminhos de identificação social entre as mulheres negras, “assim a vontade do *podcast* é que a nossa mensagem pode ser espalhada de uma maneira rápida e prática. Então essa facilidade de ter várias pessoas nos ouvindo” (Odara, 2023). A maneira como Kenya Odara compreende como a presença de mulheres negras pode repercutir positivamente em espaços de vozes pode ser percebida nas possibilidades de compartilhar conhecimento, trocar experiências, vivências e saberes ancestrais, culturais, regionais, orais etc. As ferramentas que disponíveis na *internet* podem fazer esses conhecimentos se expandirem para outros lugares. Ellone, da região Norte, menciona a necessidade de olhar para o futuro ancestral com respeito:

Que de fato o futuro é ancestral e a gente tem aqui a maior reserva de sociobiodiversidade do mundo. Então olhar para ela com mais respeito e sobretudo com o olhar não de fora. Não um olhar só que observa, mas o olhar que busca entender, que busca conhecer e dar valor realmente ao que importa. Sabe! Ainda falta muito isso, para a gente construir um novo olhar, inclusive sobre nós mesmos, né? Sobre a nossa existência (Carinie, 2023).

No entendimento de ações individuais em prol do coletivo, como preservar o meio ambiente, por exemplo, para haver uma valorização do que é importante, “a gente tem aqui a maior reserva de sociobiodiversidade do mundo. Então olhar para ela com mais respeito e sobretudo com o olhar não de fora. Não olhar só que observa, mas o olhar que busca entender, que busca conhecer e dar valor realmente ao que importa’ (Carinie, 2023). Ainda nesse sentido de observar de dentro para fora, Laura (Sudeste) já passou pela experiência de refletir esperança para estudantes que entraram em contato com ela através dos *podcasts*:

[...] então eu acho que, por mais que você não está se vendo, mas você sabe que tá ali e que tem uma voz ali, que essa voz é parecida com você, mesmo que você não veja, ela firmemente. Eu acho que isso é muito importante. Eu acho que é a representatividade do mesmo jeito que a gente fala de representatividade nas novelas, representatividade nas mídias, e etc. O quanto isso é importante e tanto para criança, quanto para jovem, para estudante. Quem quer seguir essa carreira e etc. é muito importante e no podcast não é diferente (Resende, 2023).

Para ela, esse caso mencionado é um exemplo da importância de haver mulheres negras ocupando espaços de visibilidade na mídia: “Acho que é muito importante, ter cada vez mais mulheres pretas ocupando esse espaço” (Resende, 2023). Em geral, concluímos que as interlocutoras acreditam no *podcast* como ferramenta de alcance midiático para a comunidade negra. A maioria delas mencionara o produto como forma de potencializar a presença de mulheres negras em espaços de voz e visibilidade, por meio de representação e informação. Em relação às regiões brasileiras, notamos uma maior abrangência de repercussão positiva de mulheres em espaços de visibilidade nas regiões Norte, Nordeste e Sudeste. Já no Centro-Oeste e Sul os relatos ainda apontam resistências.

Ao apresentar as narrativas das cinco mulheres negras apresentadoras dos *podcasts*, tensionamos os dados observacionais de modo a compreender as influências das trajetórias femininas negras no Brasil nas relações de produção de mídia sonora.

4.4 Resultados e interpretação

Neste subcapítulo, destacamos os principais resultados da pesquisa em diálogo com os objetivos do estudo e as contribuições de investigações antecedentes. O primeiro objetivo específico da pesquisa, que consiste em mapear a presença de mulheres negras no contexto dos *podcasts* brasileiros de 2022, nas cinco regiões do país divulgados no *Spotify*, apresenta como resultado, o crescimento abrangente de *podcasts* no Brasil, sem uma totalidade exata de programas em razão da simultaneidade de lançamentos e encerramentos. Caracterizando o *Spotify* como a plataforma mais usada para consumo desse tipo de áudio (Viana, 2020), o aumento do consumo dos *podcasts*, como objeto de pesquisa, foi resultado expressivo nas pesquisas acadêmicas nos últimos cinco anos. A discussão científica ocorreu em torno das especificidades de significados, classificações e atribuições do *podcasting* como produto midiático cultural sonoro. Na observação da produção de *podcasts*, os gêneros, associados com o rádio e jornalismo são frequentemente encontrados nesses estudos da área. Para fragmentar dados, as análises realizadas por pesquisadores correspondem às frações de tempo, como a ABPod (2022), que mostrou a diversidade de produção de *podcasts* distribuídos nas

cinco regiões brasileiras em 2020 e 2021. Tal pesquisa apontava que as mulheres ocupavam um pouco mais de 23% das atividades de produção no Brasil, sem especificar as raças desse gênero (Associação Brasileira Brasileira de Podcast, 2022).

O estado da arte demonstrou ainda que, dos 115 trabalhos encontrados em relação ao *podcast*, comunicação e mulheres negras, apenas três deles apresentavam temáticas relacionadas à raça negra e ao gênero feminino, assegurando que poucas mulheres negras atuam na produção de *podcasts* em solo nacional: “aqui, a categoria “raça” acaba por se diluir numa temática econômica (economicista, melhor dizendo), uma vez que a discriminação não passa de um instrumento manipulado pelo capitalismo que visa, mediante a exploração das minorias raciais, dividir o operariado” (Gonzalez, 2020, p. 32). Em outras esferas, a invisibilidade é ainda maior, como explica o conceito de “pensar a Maioria Minorizada, como algo oriundo da massa de excluídos econômica, social e culturalmente, com a anuência dos grandes meios de comunicação” (Santos, 2021, p.41). A invisibilidade de mulheres negras, em meios de comunicação de massa, motiva a busca pela visibilidade dessas protagonistas nos seus respectivos produtos midiáticos. A pesquisa identificou mulheres atuando em *podcasts* brasileiros, em muitas áreas e temáticas, e mulheres negras nas cinco regiões do Brasil trabalhando em produtos midiáticos, considerando os poucos indícios de protagonismo, em todas as esferas regionais em que pelo menos uma mulher negra atuante nesta área foi identificada.

Esses dados são analisados diante do crescimento das plataformas de *streaming*: “o Brasil é o segundo país que mais consome *podcasts* no mundo, com crescimento médio mensal de 21% desde janeiro de 2018” (Silva, 2020, p. 184). O *podcasting* é uma ferramenta que possibilita que qualquer pessoa possa utilizá-lo, desde que haja conexões adequadas, o que facilita a abrangência de apropriações em regiões mais desenvolvidas como Sudeste e Nordeste, no Brasil: “no entanto, o *podcasting* é um meio que pode fazer muito mais, e por isso organizações e indivíduos estão encontrando maneiras de explorar as características e os benefícios do novo meio para ganho corporativo, autoajuda e educação” (Berry, 2006, p.153).

O *streaming* carrega parte da responsabilidade de fornecer a transmissão de conteúdos na *internet*. As práticas de produção em lote desses materiais são construídas de acordo com as demandas, envolvimento e interações diretas de usuários em plataformas como *Netflix*, *Spotify*, *YouTube*, *App Music*, etc. A prática de interação pertence a um ciclo tecnológico moldado por algoritmos que negociam dados pessoais para personalizar os gostos, desejos e influenciar novos produtos aos usuários: “nesse sentido, importa explorar a plataforma de *streaming* selecionada para caracterizar suas *affordances* e, com isso, identificar as

performances algorítmicas por elas previstas” (Montardo *et al.*, 2021, p.11). Logo, a atividade de consumo e a distribuição nessas plataformas está cada vez mais forte no cenário digital, conseqüentemente impactando a economia brasileira. No ponto de vista da comunicação, ocorre que a “mediação dos artefatos digitais torna-se hoje parte intrínseca do nosso cotidiano” (Montardo *et al.*, 2021, p. 8). Outra relação interessante para Montardo (2021) corresponde ao fluxo instantâneo de produtos entrando e saindo das bibliotecas digitais, classificando a multiplicidade de práticas culturais, sociais e tecnológicas.

Na perspectiva de identificar mulheres em *podcast*, Winter e Luana (2021) classificaram 172 *podcasts* produzidos por mulheres em 2019, observando ainda as relações do gênero feminino e o rádio. As pesquisadoras identificaram que as mulheres possuem maior liberdade para se expressar e atuar na comunicação: “esse resultado reflete como as mulheres estão se apropriando de espaços e oportunidades para também falarem sobre o que quiserem” (Winter *et al.*, 2022, p. 60). Portanto, para investigar a presença de mulheres negras em *podcasts* brasileiros, o mapeamento precisou considerar essas especificidades. Mapear a presença de mulheres negras em *podcasts*, pressupõe que existem mulheres negras atuando nesses espaços, e, de fato, elas existem. Ou seja, apesar do baixo índice de mulheres negras em áreas da comunicação, em produtos alternativos como os *podcasts*, ocorrem apropriações e pertencimentos midiáticos, sociais e culturais, como caracterizam Rodrigues e Freitas (2019):

A dupla militância das mulheres negras é apontada como necessária para se romper com silenciamentos, tanto dentro do movimento negro quanto no movimento de mulheres, que privilegiem os homens e as mulheres brancos(as) e de classe média e alta (Rodrigues; Freitas, 2019, p.85).

Nesse contexto, conhecer a distribuição de *podcasts* de cada região brasileira, a identificação de gênero masculino e feminino nas vozes dos episódios foram critérios para seleção dos *podcasts* e *hosts*. Portanto, o mapeamento de cinco mulheres negras, uma de cada região do país, resultou em uma coleta detalhada de audição e observação desses produtos midiáticos, distribuídos no *Spotify* e representando as características regionais. A invisibilidade de mulheres negras na comunicação e nos meios de massa não é uma novidade no Brasil. A autora Lélia Gonzalez detalha os efeitos do racismo na sociedade brasileira que se perpetua nas esferas midiáticas, assim como é percebido nas falas das interlocutoras: “no momento em que o excluído assume a própria fala e se põe como sujeito, a reação de quem ouve só pode se dar nos níveis acima caracterizados” (Gonzalez, 2020, p.43).

Considerando as adversidades tecnológicas e geográficas de cada região na busca dessas mulheres negras, a delimitação de busca no *Spotify* designou a localização dos seguintes *podcasts* e *podcasters* de vários espaços do país. Portanto, o mapeamento considerou o período de 2021 a 2023 no *Spotify* e apontou um total de cinco *podcasts da região* Norte e dois deles com mulheres negras de 2022. No Nordeste, localizamos a totalidade de 16 *podcasts* e oito de 2022; no Centro-Oeste, encontramos quatro *podcasts*, e dois deles são apresentados pelo perfil apontado na pesquisa; no Sudeste, 33 *podcasts* apareceram, e 23 deles são de 2022 e, por fim, no Sul, apenas três *podcasts* correspondem às características procuradas e dois deles são de 2022. Com isso, a popularização da produção de *podcast* nos últimos anos proporcionou localizar mulheres negras atuantes nas cinco regiões brasileiras. Essas vozes trabalham com temáticas que atingem públicos locais, regionais e nacionais. Através do alcance das plataformas de *streaming*, os conteúdos podem chegar a eixos regionais específicos pela *internet*.

No entanto, as desigualdades sociais estão atravessadas por condições de “raça, etnia, origem, sexualidade e classe” (Ribeiro, 2019, p. 01). A autora também identificou aumento do protagonismo de mulheres em obras audiovisuais disponíveis na *Netflix* entre 2016 e 2019, porém “o número de personagens principais multirraciais e com orientação sexual e identidade de gênero que vão além do branco, cisgênero e heterossexual ainda é baixo” (Ribeiro, 2019, p.02). Os meios audiovisuais são formas de perpetuar a efetivação de representações sociais a partir de discursos implícitos ou explícitos (Ribeiro, 2019, p.03). A cultura está diretamente associada ao âmbito de produção e consumo dos produtos distribuídos em plataformas de *streaming*, que convergem para as representações de sentido do que se vê, do que se fala, de como e por qual motivo são transmitidos. Nesse sentido, a coleta de mulheres negras atuantes nessas esferas pode ser compreendida por diversos eixos que se agrupam em esferas multiculturais.

Ribeiro (2019) identifica personagens de mulheres negras em séries ocupando profissões de caráter autônomo (empreendedora, dona de casa, dançarina, artista, etc.), ressaltando ainda que, de 206 produções originais da *Netflix*, somente 22 eram compostas de protagonistas negras (Ribeiro, 2019). Além de compreendido na presente pesquisa, o cenário do *podcasting* no território nacional enfrenta dificuldades de posicionamento no campo da comunicação, já que é “escassa produção referente a *podcasts* negros no campo comunicacional, sobretudo no âmbito brasileiro, e ainda por indicar um diálogo entre inovação e perspectivas afrocentradas” (Silva, 2022, p. 2).

A partir daí, avançamos para contemplar o segundo objetivo que pretendia identificar cinco *podcasts* (um de cada uma das cinco regiões do Brasil) nos quais atuam mulheres negras. Analisamos as suas propostas dos cinco *podcasts* como produto midiático e repercussões. A articulação entre as análises documental e observacional definiu as cinco vozes negras que representam cada uma das cinco regiões brasileiras, através dos *podcasts*: *Na Beira do Rio* (Região Norte e apresentador por Elloane Carinie); *Nossa Gente* (Região Nordeste e apresentado por Maria Alves) *Boca de Siri* (Região Centro-Oeste e apresentado por Laura Resende) *Coletivo Siriricas* (Região Sudeste e apresentado por Kenya Odara) e *A Cor da Voz* (Região Norte e apresentado por Tainã Rosa). Esse grupo define as cinco *podcasters* de cada um dos programas atribuídos na pesquisa.

Quanto à natureza midiática de cada um dos cinco *podcasts*, os resultados mostram que as temáticas negras correspondem à maioria dos programas analisados. As mulheres preferem trabalhar com os formatos de entrevista e de debate. Nenhum dos produtos possui mais de cinco anos de existência e têm ênfase significativa na distribuição de episódios, de maneira geral. A maior parte constitui *podcasts* independentes, logo encontra dificuldade de manter a frequência no lançamento de novos episódios, já que as distribuições ocorrem nos formatos quinzenal e mensal. Nessa análise midiática, compreendemos que os *podcasts* apresentam definições de conceitos, a partir das autodefinições publicadas no *Spotify*. Há prevalência dos *podcasts* que trabalham para alcançar a abrangência de público, e apenas um deles apresenta conteúdo destinado especificamente para mulheres negras. Os episódios analisados abordam desde histórias de profissionais negros desconhecidos da grande massa até assuntos cotidianos, discutidos nas redes sociais pela *internet*. Isso pôde ser identificado nos *podcasts Na Beira do Rio*, que detalha as vivências de mulheres da Amazônia. Já as percepções do Sul puderam ser identificadas por meio dos relatos de comunicadoras gaúchas, no episódio do programa *A Cor da Voz*. Nesses dois *podcasts*, as *hosts* não são profissionais da comunicação, mas possuem intenções semelhantes de oferecer conteúdo embasado para comunidades locais.

A possibilidade de interação com ouvintes através das redes sociais promove relacionamento em aspectos enfrentados nas áreas profissionais, além de vivências que as conduziram até a produção de *podcasts*. Quanto às regiões, as diferenças vão aparecer em aspectos dos episódios e nas temáticas escolhidas pelas apresentadoras. Os sotaques regionais, os vícios de linguagem e os termos específicos de cada região são distinções nas conduções dos episódios promovidos pelas *podcasters*. As atuantes utilizam os produtos midiáticos a

partir de desejos semelhantes na representação de mulheres negras em espaços de visibilidade e na propagação de conteúdos diversificados da massa, incluindo produções antirracistas.

Contudo, apesar das divergências entre o *podcasting* e o rádio, o “jogo comunicacional” (Salomão, 2000) também acontece entre ouvintes contemporâneos de *podcasts*. Portanto, nesse caso, usuários se tornam comunicadores à frente do discurso ideológico que desejam emitir. A “vinculação social” que concentra a aproximação dos receptores com determinados programas de rádio, inverte empiricamente na atualidade, pois indivíduos possuem a liberdade de se expressar, de pertencer, de ter voz e protagonismo social, por meio de produtos sonoros abertos, como acontece nas plataformas de *streaming*. O envolvimento imaginário é repetitivo no *podcasting*, pois podem despertar emoções, sensações, recordações, identificações entre outros motivos que fazem a audiência, também local, preferir um determinado *podcast* em vez invés de outro. As próprias consumidoras de conteúdo, analisadas nesta Dissertação, se tornaram as protagonistas desses discursos nos microfones que emitem ideias além das vendidas comercialmente. Desse modo, as mulheres acreditam no que emitem, estudam suas teorias e estruturam suas análises acerca de temas atuais ou conflituosos. A espontaneidade de comportamento pode estar associada a influências midiáticas modernas, como, por exemplo, a ascensão de vídeos disponibilizados no *YouTube*.

Esse tom de conversa e entrevista é diferente da locução profissional de rádio, da apresentação “formal” de televisão e da imparcialidade ética que o jornalismo precisa propor. Não significa que não se encontrem *podcasts* com estratégias técnicas e éticas, com certeza sim. No entanto, como enfatizamos no capítulo teórico, compreendemos que, nesse produto, os comunicantes “satisfazem carências sonoras” (Menezes, 2007, p.34). Esses tons de simplicidade e oralidade podem estar associados às apropriações de gêneros radiofônicos da *podosfera* brasileira (Reelstab, 2022). As contribuições científicas já apontadas nesta Dissertação não são suficientes para indicar o futuro do *podcasting* no Brasil, mas sabemos que a expansão do produto midiático provocou alterações culturais na sociedade, assim como a *internet* é utilizada como meio de infinitas representações sociais.

No sentido teórico, a relação das mulheres na mídia sonora historicamente estava associada ao papel de ouvintes, de plateia e audiência como detalha Gonzalez: “as radionovelas inicialmente eram dirigidas para audiência feminina, logo se estendendo a toda a família” (González, 2008, p.101). Com o passar dos anos e com o desenvolvimento das gerações, o cenário mudou, e inúmeras vozes femininas passaram a compor os espaços de locução, produção e direção de produtos sonoros. No entanto, para as vozes femininas negras,

as oportunidades não são iguais. A constante quebra de barreiras racistas, por meio de políticas públicas, comunicação eficiente e oportunidades de ingressar no mercado de trabalho, se constitui uma forma prática de promover as mudanças na sociedade. Nesse ponto, o “mito da democracia racial” ainda é uma mola propulsora de “normalização” das graves consequências geradas pelo racismo na sociedade “a diferença (se é que existiu), em termos de Brasil, estava no fato de que os “casamentos inter-raciais” nada mais foram do que o resultado da violentação de mulheres negras por parte da minoria branca dominante” (Gonzalez, 2020, p.49-50).

Algumas especificidades de mulheres negras brasileiras colocam-nas em determinados espaços sociais que, na maioria das vezes, não são escolhidas por elas. Ademais, o racismo, como uma das especificidades teóricas, pode indicar o baixo índice de mulheres atuantes em produtos sonoros. As mulheres negras estão inseridas na “maioria minorizada”. Devido à invisibilidade, não são percebidas em posições de destaque, apesar do crescimento do movimento antirracista para permanência de sujeitos negros nesses espaços.

A pesquisa constatou uma divergência teórica em relação ao mercado de *podcasting* no Brasil. Para Bonini (2020), o *podcasting* chegou a se tornar um produto cultural de massa nos Estados Unidos. Dados comprovam o impulsionamento do *podcast* como produto midiático lucrativo, com o desenvolvimento caracterizado pelas três gerações (Silva e Santos, 2020). A transformação de um simples programa de áudio em um meio massivo de consumo possibilitou o aparecimento de novas fontes de renda para comunicadores, empresas e sujeitos autônomos, como explica o autor: “Essa relativamente nova tecnologia e sua evolução de meio amador para um novo canal de distribuição de conteúdo sonoro com fins lucrativos” (Bonini, 2020, p. 27). No entanto, a pesquisa não identificou, no Brasil, uma expansão significativa na produção de *podcasts*. O país se posiciona consideravelmente como consumidor de episódios em todo o mundo. Em 2009, a terceira geração ou “ano de ouro dos *podcasts*” ocorreu em 2019 (Silva e Santos, 2020), quando entram em ascensão, no Brasil, empresas como a Globo, lançando *podcasts* com nomes de profissionais de alcance midiático, que eram usados como estratégia de consumo para atrair novos ouvintes. Depois da pandemia de coronavírus, o Brasil registra 41 milhões de ouvintes de *podcasts*, ou seja, os brasileiros consideravelmente preferem escutar *podcasts* do que produzi-los. O investimento em *podcasts* por empresas da rede pública também é considerado baixo (Prata *et al.*, 2022). A autora entende que, ao contrário dos Estados Unidos, no Brasil o retorno financeiro talvez não tenha ocorrido de forma esperada: “Este primeiro momento é marcado ainda por nenhuma remuneração e por um público muito específico, o que faz, com o passar dos anos, os

podcasts perderem a força inicial” (Prata *et al.*, 2022, p. 06). Assim como os estados brasileiros também não enxergam os *podcasts* como meios de propagação social de informações, sete empresas da EBC mostram “incipientes na produção de *podcasts* nas emissoras analisadas” (Prata *et al.*, 2022, p.10). A divergência localizada na pesquisa é justificada pela percepção da autora:

Se naquele país uma rede de rádios públicas foi fundamental para disseminação de uma cultura de podcasts desde a metade final da década de 90, no Brasil isso não ocorre. Por aqui, as emissoras vinculadas à Empresa Brasil de Comunicação ainda patinam na produção de podcasts. A pouca representatividade na produção de podcasts nas sete emissoras públicas ligadas à EBC vai no caminho do que acontece com emissoras privadas de rádio. Levando-se em conta a última pesquisa disponível sobre podcasts no Brasil (ABPod, 2019), nenhum dos 20 programas mais ouvidos era produzido por emissoras de rádio, públicas ou privadas (Prata *et al.*, 2020, p. 11).

Portanto, os resultados relacionados ao objetivo específico dois indicam que as relações teóricas e metodológicas mostram singelos dados de pertencimento de maiorias minorizadas atuando nas esferas da *podosfera* negra. No que tange às repercussões, para Silva (2019) a oralidade é uma ação de resistência e sobrevivência de comunidades negras nesses espaços culturais, sociais, políticos e midiáticos:

Nesse sentido, a produção de podcasts possibilita a seus criadores um espaço favorável para construção de narrativas de diferentes grupos, a diversidade de formatos e temas tratados faz com que podcasters tornem-se protagonistas de suas próprias narrativas e também criem conteúdos sem muitas restrições (Silva *et al.*, 2022, p. 6).

O *podcasting* classificado como prática cultural (Silva *et al.*, 2019), na perspectiva negra, possibilita que as vozes sejam transmitidas na concorrência com os grupos dominantes de poder na sociedade, reverberando nas mídias de comunicação de massa. Nessa busca, percebemos que as regiões Sudeste e Nordeste foram as que registraram maior número de produtores, seguidas do Centro-Oeste, Sul e Norte, com um pouco mais de 13% de participação de agentes no geral, até 2021 (Associação Brasileira Brasileira de Podcast, 2022). Isso significa que as regiões Sul, Centro-Oeste e Norte foram as que apresentaram maior dificuldade de mapeamento de mulheres negras atuantes em *podcasts*, devido ao baixo número de produtores nesses espaços. Esse dado reforça o silenciamento e a opressão de mulheres negras nas mídias sonoras pelo Brasil.

Em vista disso, o *podcasting* como prática cultural constitui-se como espaço onde múltiplas vozes, inclusive vozes de grupos historicamente oprimidos, elaboram

sentidos e identidades através da produção de conteúdo sonoro, frente à falta de representatividade, invisibilidade de suas pautas e da objetificação destes grupos, pela grande mídia hegemônica (Silva *et al.*, 2019, p. 6).

A presença de vozes negras em comunidades raciais não é uma novidade, exceto quando analisada em lugares onde não havia pertencimento da negritude, por isso a oralidade sempre esteve viva nas manifestações de saberes culturais negros em forma de comunicação.

Podemos mencionar ainda, as canções de trabalho, as ladainhas de capoeira, os mitos dos orixás e/ou itãs, como manifestações da disseminação de saberes dentro de comunidades afrodiáspóricas, manifestações essas que, encruzam diversas práticas, como canto, dança, performance, contação de histórias e sistemas religiosos (Silva *et al.*, 2019, p. 9).

Com isso, percebemos que em relação a cada uma das cinco mulheres, os respectivos *podcasts* tem suas determinadas regiões, permanecem fomentando a oralidade, com o propósito de transmitir de conhecimentos e cultura, para o seu núcleo. Além disso, como afirma Silva (2019, p. 12), “os podcasts serviram como plataforma para novas perspectivas e vozes que emergiram das margens”.

Por fim, tratamos do terceiro objetivo, voltado para analisar das trajetórias e formas de atuação de cinco mulheres negras que atuam em *podcasts* (das cinco regiões do Brasil), a partir das suas narrativas sobre as práticas de produção, contemplando os desafios, conquistas e expectativas futuras. Além disso, buscamos apresentar para a sociedade sugestões de iniciativas e políticas para fomentar a presença de mulheres negras nos *podcasts* brasileiros. Os resultados apontam que nas trajetórias das mulheres negras até a chegada no espaço de atuação nos *podcasts*, a maioria delas enfrentam desafios profissionais. Apesar das específicas trajetórias, as mulheres apresentam semelhanças no que diz respeito à falta de espaços de comunicação, ao desejo de mudanças através do meio comunicativo, à propagação da ciência pela voz de mulheres e ao desejo de contribuição social. Elas são as produtoras e apresentadoras dos episódios, e suas atuações vão desde a criação da pauta até o compartilhamento entre redes sociais para divulgação dos episódios.

Acrescentamos que todas as interlocutoras eram do meio comunicacional, portanto as práticas de produção sofreram desafios não só no posicionamento, mas também no protagonismo como *hosts*. As rotinas das mulheres estão diretamente ligadas às atividades pessoais, logo o desafio é inserir as reuniões, quando acontece de o *podcast* ter equipe, para o planejamento de tarefas semanais associadas ao cotidiano. Já em relação aos dispositivos para a compreensão da produção (Martín-Barbero, 1989), os cinco *podcasts* apresentam

características de “competitividade”, por estarem nos *Spotify*, e contarem com investimentos e estratégias de segmentação. Na “competência comunicativa”, o estudo indica algumas dificuldades para as apresentadoras que não são do meio da Comunicação, todavia os relatos de ouvintes, mencionados pelas mulheres mostram a compreensão dos conteúdos dos episódios divulgados na *internet*. Nos “níveis e fases de decisão na produção”, as mulheres negras entrevistadas pertencem a esses espaços, já que atuam na escolha das pautas até na apresentação dos episódios. Em alguns casos, as edições de áudio são terceirizadas. Quanto às “ideologias profissionais”, elas são ancoradas pelas vivências intelectuais, influências feministas, contemporâneas, antirracistas e relacionadas a conhecimentos com base em pesquisas científicas e epistemológicas. Isso resulta em convicções nos discursos abordados pelas *podcasters*. Já as “rotinas de produção” são afetadas pela demanda financeira e pessoal das apresentadoras. Se houvesse dedicação exclusiva nos *podcasts*, talvez os processos fossem alterados. Apesar desse aspecto, pelo menos um episódio por mês é veiculado entre os cinco *podcasts* estudados. Por fim, as “estratégias de comercialização” estão articuladas com as redes sociais e com os campos de trabalho das mulheres, que são as aproximações de quem também consome os conteúdos. Por não se tratar de produtos comerciais, os métodos de distribuição são direcionados para ferramentas digitais gratuitas, como acontece nos grupos de conversas e redes de seguidores.

Especificamente no contexto dos desafios em comum, os recursos financeiros e o tempo para produção e aceleração de episódios constituem os principais relatos das mulheres. A expansão dos programas, como o aumento do fluxo e as associações com outros produtos midiáticos são impedidos por esses fatores. Entre as respostas, destacamos a dificuldade de remuneração bem como a falta de apoio local do *podcast Boca de Siri*, da região Centro-Oeste. Em relação à região Sul, o *podcast A Cor da Voz* encontra dificuldade de publicidade em mídias tradicionais.

No questionamento sobre as conquistas em geral, as interlocutoras abordaram aspectos que relacionam a vida pessoal com a profissional, o que interfere na sua atuação nos *podcasts*. A atividade de produção dos *podcasts* somada ao retorno dos ouvintes são argumentos defendidos pelas *podcasters*. Essas conquistas estão relacionadas à possibilidade de serem representantes de outras mulheres nesses espaços de abrangência da voz e ao retorno financeiro que ocorre no Sudeste e Sul. As conquistas apontadas pelas interlocutoras convergem para uma análise sobre a ausência de jornalistas negras no Rio Grande do Norte. Esse fato foi investigado por Souza e Rabay (2022), quando apontam que a comunidade negra possui a liberdade de narrar a própria história, com as suas próprias vozes, que historicamente

foram silenciadas pelo racismo estrutural. As autoras escreveram no sentido de representar outras mulheres negras que trabalham em áreas da comunicação, especificamente o jornalismo da região Norte, além de evidenciar e cobrar respeito, diante das próprias narrativas: “o intuito dessa pesquisa também é destacar a importância da comunicação voltada para os direitos humanos, já que enfatiza as pautas de gênero e raça como urgentes, e não como uma “cota”(Souza et al, 2022, p. 04).

No que diz respeito às expectativas futuras das *podcasters*, as intenções giram em torno de melhorias nos *podcasts*. A expansão do alcance dos episódios com ouvintes de outros países é uma das metas do *podcast A Cor da Voz*, da região Sul. A reformulação dos episódios com a criação de quadros, como pretende a *podcaster* da região Centro-Oeste, também foi mencionada como expectativa futura.

Como sugestões de iniciativas e políticas para fomentar a presença de mulheres negras nos *podcasts* brasileiros na sociedade, as mulheres apontaram a qualificação. Daí a importância das práticas governamentais bem como a melhora na gestão de empresas privadas com o público que pertence à diversidade. No Norte, editais de fomento às atividades culturais que já existem podem ser alternativas de fomento também da presença de mulheres negras, bem como o incentivo de workshops profissionais voltados à produção de *podcasts* especificamente para mulheres negras, como disseram as *podcasters* do Centro-Oeste e Sudeste. Ainda a parceria com pesquisa científica e com grupos de trabalho em associações foram apontadas pela mulher negra que representa a região Sul.

Tais resultados sobre a presença de mulheres negras brasileiras na mídia sonora e nos *podcasts*, reverberam especificidades abordadas por autoras consolidadas no Brasil. O conceito de “dororidade” (Piedade, 2017) é uma definição que corresponde a algumas especificidades das mulheres negras ouvidas nesta pesquisa. Nas falas, identificamos aspectos que estão relacionados ao racismo, e preconceitos, às dororidades e ao privilégio de ser branco na sociedade brasileira. Em relação às mulheres negras, apesar de pertencerem a uma parcela significativa populacional, a história indica que o grupo sobrevive nas esferas segregadas, o que inclui as bordas midiáticas. Assim como algumas mulheres negras marcaram a dificuldade de entrar no mercado de trabalho, sobretudo de se desenvolverem profissionalmente na comunicação, a raça negra pode ser um fator que impacta esse processo na América Latina: “no entanto, bastaria, para comprovar a fragilidade de tal posicionamento, o caso extremo de clivagem entre o operariado *afrikaaner* e o operariado negro da África do Sul” (Gonzalez, 2020, p. 32). Quando as mulheres mencionam a importância da representatividade, devido à ausência de inspiração em meios de comunicação de massa e na

mídia sonora, elas se aproximam das dores relatadas frequentemente por mulheres negras. Para Vilma Piedade, esse fator é caracterizado pelo conceito de “dororidade”. Tal especificidade está localizada na abordagem teórica: “dororidade trata no seu texto, subtexto, das violências que nos atingem, a cada minuto” (Piedade, 2017, p.14). Também foi possível perceber o racismo durante algumas falas, como na voz da *podcaster* da região Sul, em determinadas situações.

Nesse sentido, o privilégio de ser branco caracteriza algumas situações pré-estabelecidas socialmente, como o poder de tomada de decisões em relação às mulheres negras, as formas como o racismo científico aparece nas situações pedagógicas, conforme detalhou a *podcaster* do Sul, Tainã Rosa. Para Souza e Rabay (2022), o ponto de vista das interlocutoras corresponde a processos estruturais e históricos que ainda se perpetuam no cotidiano das mulheres negras brasileiras, pois “a escravização dos corpos dos nossos ancestrais atrasou centenas de anos o nosso desenvolvimento e nos deixou à margem da sociedade, ocupando espaços longe de qualquer privilégio (Souza *et al.*, 2022, p.11).

Há situações que não contemplam a multiplicidade étnica, como a valorização de produtos regionais de capitais desenvolvidas e a não importância de materiais locais, como acontece na região Centro-Oeste, conforme o relato da *podcaster* Laura Resende. Outro exemplo é a cultura de omissão da importância da sociodiversidade, como acontece na região Norte, segundo Elloane Carinie. Já preconceitos de raça negra e de gênero feminino foram identificados no relato da jornalista Maria Alves, do Nordeste, bem como formas de acessos a conteúdos não abordados na mídia de massa, como sexualidade feminina negra, assim como abordou a *podcaster* Kenya Odara do Sudeste. Acrescentamos ainda que tais exemplos privilegiam apenas os conceitos normativos.

O privilégio racial é um dos pontos-chave dessa posição, uma vez que ele evidencia como, em todos os níveis, o grupo branco foi o beneficiário da exploração dos grupos raciais. Os aspectos culturais e políticos das relações raciais demonstram como o branco afirmou sua supremacia às expensas e em presença do negro (Gonzalez, 2020, p. 32).

Portanto, as mulheres negras possuem características semelhantes, apesar das diferentes vivências nas respectivas regiões brasileiras. A apropriação de produtos midiáticos sonoros para promover auxílio à informação é constante na atuação das cinco mulheres negras, que, apesar das estruturas profissionais particulares, se dedicam aos projetos voluntários como forma de potencializar a representatividade negra, como foi relatado pela *podcaster* Kenya Odara, da região Sudeste. Em cada uma das regiões, há falta de

representatividade negra nos meios de comunicação, o que potencializa a utilização desses recursos alternativos e gratuitos para fomentar a produção de conteúdo segmentado sobretudo para mulheres locais e para as mulheres negras especificamente. A jornada de pertencimento está ancorada nas resistências diárias. Nesse sentido, Souza e Rabay (2022, p. 03) compreendem a urgência da valorização dos corpos negros: “as mulheres negras representam a parcela que mais sofre com esse processo de desigualdade social, pois, além de sofrerem violência devido ao gênero, ainda sofrem pela questão racial”. Portanto, o retorno dos ouvintes identificados pelas *podcasters* confirma a existência de identificação social étnica através das vozes dessas mulheres, nesses programas, ou seja, embora haja a recente exploração da pesquisa de mulheres negras no âmbito da produção de *podcasts* na sociedade, a presença delas promove modificações específicas para comunidades locais. Sendo assim, o trabalho que cada mulher realiza a partir de suas vivências coopera com o rompimento das esferas que ainda alimentam as hipóteses de democracia racial, como detalham as autoras:

[...] a ruptura de silêncio e quebra de paradigmas são aliadas à luta antirracista, principalmente porque ocupar espaços é a nossa maior missão atualmente, e mais do que isso: nós falarmos por nós mesmos é uma conquista recente e jornalistas negras e negros lidam diariamente com o desafio de driblar esse mercado branco e racista que ainda é a esfera midiática (Souza e Rabay, 2022, p. 11).

Em resposta ao objetivo geral da pesquisa, que é identificar a presença de mulheres negras em *podcasts* produzidos no Brasil, analisar suas trajetórias e formas de atuação, explorando as particularidades das regiões brasileiras (Norte, Nordeste, Centro-Oeste, Sudeste e Sul) às quais elas pertencem, o estudo constatou positivamente, mas é importante mencionar que, apesar do baixo número de mulheres negras em espaços de poder e de visibilidade na comunicação - bem como em pesquisas na área de produção do produto sonoro, em ambientes alternativos comunicacionais, principalmente ferramentas gratuitas disponibilizadas na *internet*, como o objeto analisado, o *podcast* - foi possível identificar um crescimento significativo de mulheres, posicionadas em seus lugares de fala e com a consciência de representação de gênero feminino e raça negra para as comunidades locais.

Além da presença como sujeitos falantes, acontece a apropriação do espaço midiático como forma de promover ações políticas de desenvolvimento social, por meio dos episódios distribuídos no *Spotify* de forma gratuita, como mencionaram as entrevistadas. As formas de atuação promovem crescimento profissional, visibilidade, expansão do conhecimento, contato com públicos, entre outros aspectos. Na mesma intensidade, a visibilidade desses *podcasts* na

internet estão sujeitos a receberem críticas e serem motivo incômodos, já que tentam furar a bolha hegemônica de produção e consumo.

Quanto ao problema de pesquisa que visa responder como as questões de mulheres negras atravessam a produção de *podcasts* no Brasil, os resultados apontaram especificidades que mulheres negras enfrentam ao longo do tempo e ainda mais em espaços da comunicação no país. As vivências estruturadas em espaços provocados pela influência da escravidão, do racismo, do preconceito, da dororidade, da democracia racial e do privilégio de ser branco perpetuam na vida de mulheres negras no Brasil, em áreas sociais, culturais, políticas, acadêmica, etc. As cinco mulheres negras citam casos de racismo, preconceitos e segregações que são influenciadas pelo privilégio de ser branco. Nesse caso, a pesquisa também mostra divergência entre as interlocutoras brasileiras. Duas das mulheres negras apenas participam e promovem conteúdo através dos *podcasts*, sem necessariamente trabalharem exclusivamente com abordagem antirracista como tema principal do *podcasts*. Outras características se soma a tais intenções nesses espaços de tomada de decisão em produtos sonoros.

Desse modo, as trajetórias de mulheres negras são refletidas em determinados conceitos estudados ao longo da pesquisa. As cargas do gênero feminino já são historicamente sobrecarregadas e, para as mulheres negras, ainda são mais desafiadoras, como mostramos na discussão teórica. No entanto, os relatos apontados também indicam coragem de mudança nas esferas regionais, já que as histórias não só apresentam silenciamentos e apagamentos na área da comunicação, mas também promovem sinais de esperança, de renovação, de insistência na resistência em um ponto comunicacional de Norte a Sul do Brasil, como se verifica nas propostas dos *podcasts*. O mercado sonoro ainda é refletido por práticas racistas e embranquecido no Brasil, sobretudo pelo fato de serem pautadas pelo olhar econômico. Mulheres com acesso à pós-graduação “descomplicam” conceitos epistemológicos - como lugares de fala, preconceito, racismo estrutural, feminismo, sexualidade feminina negra, autocuidado feminino, saúde mental da população negra - em diálogos abertos, em conversas a partir de entrevistas e em debates. Isso ocorre por meio das próprias integrantes em trocas com os ouvintes que participam dos episódios. As abordagens de conhecimentos intelectuais também promovem desconstruções necessárias nas reflexões emitidas nos eixos tecnológicos. Nesse caso, o *podcast Na Beira do Rio* aborda vivências amazônicas com profundidade na região Norte, diferentemente do *Boca de Siri*, que propõe conversas sobre assuntos cotidianos femininos abordados nas redes sociais para mulheres de todo o país, especificamente as da região Centro-Oeste. No Nordeste, com predomínio da população negra, os índices de vulnerabilidade e de violências são recorrentes (Onu Mulheres), porém ações, como o *podcast*

Nossa Gente, promovem a visibilidade da negritude através da voz de Maria Alves, sob a coordenação da Band Bahia. Por fim, no Sudeste, o silenciamento de mulheres negras é notável (Rocha, 2022), no entanto o *Coletivo Siriricas* anda na contramão do sistema, abordando temas tabu, referentes às mulheres negras, nas ondas dos *podcast*.

Concluimos, então, que os *podcasts* se tornam canais de diálogo aberto na *internet*, uma vez que proporcionam a possibilidade de apropriação cultural e o enriquecimento da oralidade de saberes negros de grupos socialmente segregados. A abrangência da difusão do produto opera no Brasil, na perspectiva da recepção, todavia permite a construção de ideologias da diversidade rompendo com sistemas patriarcais e com estruturados na sociedade brasileira. Os cinco *podcasts* selecionados na pesquisa contribuem com a produção de sentido para as comunidades que acompanham as propostas de discursos dos determinados episódios. Além das falas das interlocutoras negras, os convidados, as relevâncias regionais e a presença nesses espaços potencializam as rupturas de paradigmas socioculturais que ainda se perpetuam nos meios de comunicação de massa. Outro ponto importante corresponde ao debate aprofundado dos episódios, também com embasamentos científicos, visto que algumas *podcasters* também são pesquisadoras.

O *podcasting* viabilizou oportunidades de mulheres negras, incluindo as que não pertencem à cadeia da comunicação como ramo profissional, de terem a chance de alcançar visibilidade nos ambientes de mídia sonora em todo o Brasil. As temáticas, linguagens e propostas revelam não apenas força no combate ao racismo e misoginia, mas também atuam diretamente na autoestima feminina negra, diante de preconceitos sofridos diariamente na sociedade e nas plataformas digitais. Nesses contextos, os poucos números de gênero e raça negra não promovem significativa mudança nos eixos da comunicação, porém, assim como a imprensa negra segue trabalhando para cobrar dignidade e respeito, esta pesquisa mostra que cada uma das cinco mulheres, com seus *podcasts*, nas cinco regiões do país, estão desenvolvendo hipóteses de multiplicidade espalhadas pelas margens da comunicação.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A experiência de desenvolver a pesquisa a partir da busca por mulheres negras de diferentes regiões brasileiras foi enriquecedora e surpreendente em minha trajetória acadêmica e pessoal. Trabalhar no processo de uma pesquisa científica na área da Comunicação me faz pertencer a um espaço acadêmico ocupado por poucas mulheres e homens negros no Brasil. Segmentar o olhar para as mídias sonoras como o rádio e o *podcast* me faz contribuir com o desenvolvimento das práticas de produção desses meios sob perspectivas negras.

O Mestrado em Comunicação foi uma oportunidade para ampliar o conhecimento midiático nessas esferas públicas, sociais e culturais. Como bolsista, recebi uma chance de dedicação exclusiva para o desenvolvimento dos conhecimentos teóricos e metodológicos exigidos nas práticas científicas, assim como para a participação em ambientes de troca de conteúdo como aulas, palestras, encontros, grupos de pesquisa e eventos em todo o Brasil.

O mestrado é formado pela orientação, podendo ter direcionamentos bons ou ruins, e esses aspectos podem impactar no rendimento e no aproveitamento do aluno, no período de dois anos para conclusão da Dissertação. Entre os obstáculos encontrados, por vezes, percebi que me faltava algum conhecimento necessário para a compreensão das teorias e metodologias. A apropriação do conteúdo é mais importante do que apenas terminar o trabalho. A orientação de qualidade direciona o estudante na tomada de decisão dos melhores caminhos para trafegar com independência, confiança e organização na construção de uma pesquisa que considera as necessidades do campo. Em relação à coleta de dados, um desafio específico foi a identificação de mulheres negras das regiões Norte e Centro-Oeste, localidades que, apesar da extensão territorial, abrangem poucos *podcasts* que possuíssem as delimitações propostas na pesquisa. Outro ponto em relação a essa lógica foram os títulos dos *podcasts* que não abordam necessariamente o gênero feminino e a raça negra, portanto uma audição específica e atenta foi necessária para a identificação dos produtos midiáticos.

O modo de fazer pesquisa sempre me deixou ansiosa pelo desconhecimento da execução, mas a confiança na orientação me fez compreender o processo, devido à experiência de quem conhece o final do percurso. Geralmente o tempo de dois anos é curto para o aprofundamento de uma pesquisa qualitativa, mas cometer erros é essencial, e isso faz parte do desempenho acadêmico, já que somos alunos em preparação para promover contribuições como professores amanhã. Então, ter paciência é essencial para que se possa olhar para frente. Quanto aos aspectos positivos da experiência de pesquisa, o planejamento

de atividades acadêmicas distribuídas no período de 24 meses foi essencial para cumprir prazos, participar de eventos que contribuíram não só para a formação profissional e discussão da problemática, mas também para dar passos significativos como o estágio docente, na visão de articulação pessoal com os discentes da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

A oportunidade de ter uma voz negra e feminina em um espaço acadêmico, majoritariamente homogêneo branco, também se soma aos pontos positivos no período de 2021 a 2023. O processo de mergulhar teoricamente nas literaturas comunicacionais e étnicas raciais promoveu conhecimentos epistemológicos, culturais e sociais para construir argumentos críticos ao nosso redor. Discordar e verberar se torna um compromisso fundamental para o pesquisador, afinal de contas uma pesquisa se desenvolve a partir de uma pergunta: se não questionamos, o que vamos descobrir?

Socialmente, observamos que as práticas de produção na mídia sonora carecem de gerenciamentos femininos negros, pois esse aspecto impacta a construção do discurso do produto final, seja a informação, o episódio, direitos humanos sejam outros fatores sociais. Como pesquisadora negra, compreendi as adversidades que a comunidade enfrenta deste lado acadêmico e a necessidade de aprofundar os problemas de pesquisa que envolvam práticas comunicacionais da negritude.

No entendimento sobre o tema da pesquisa, que é *a presença de mulheres negras na comunicação brasileira de mídia sonora via streaming, especificamente podcasts*, o percurso teórico faz compreender as etapas de produção que consolidam um determinado produto na Comunicação como os *podcasts*. A relação da sociedade com as mídias sonoras como o rádio, por exemplo, é longínquo e ainda promove a sensação de companhia pelo entretenimento, pela orientação informativa e pelo pertencimento no cotidiano dos ouvintes. Já o *podcast*, com uma “nova roupagem”, promove aspectos semelhantes ao rádio, porém com maior desempenho, segmentação, alcance midiático, como foi abordado na pesquisa realizada nas regiões brasileiras, na cultura da convergência para produtores e receptores.

A presença de mulheres negras em espaços comunicacionais fomenta a diminuição da visão errônea do “mito da democracia racial”, fortalecendo o combate nos processos de racismos institucionais e estruturais da sociedade brasileira. A pesquisa ainda observa a perspectiva do feminino negro nas mídias sonoras do campo da Comunicação, para que o gênero possa ser discutido a partir de diversas vertentes, considerando a diversidade que abrange outros grupos sociais minoritários nas discussões acadêmicas, sociais, culturais, políticas, econômicas, etc. O apoio tecnológico, de acesso à informação via *streaming*

possibilita o fortalecimento e a apropriação cultural de grupos vulneráveis socialmente que, nos meios de comunicação de massa, enfrentam barreiras institucionais significativas.

A convergência do tema da Dissertação também contribui para reflexão sobre o “apagamento” e “silenciamento” de mulheres negras na mídia sonora, segundo o panorama acadêmico. A presença dessas mulheres em *podcasts* brasileiros promove a visibilidade, a identidade, a representação e oportunidades que enfraquecem a marcada caracterização do “negro único” como detalhamos nesta pesquisa.

Nesse sentido, ouvir os relatos das mulheres negras, vivendo em espaços regionais no Brasil, ampliou a observação dos comportamentos e das visões desses grupos que vivem realidades distintas. O exercício sustenta a dissonância de uniformidade feminina da negritude pelos hábitos, desejos, sonhos, trajetórias, apesar de o passado nos unir pela dororidade. Portanto, conhecer os pontos regionais, a partir do relato dessas mulheres, também é entender que o racismo não somente faz parte de todas as regiões brasileiras, como também atravessa as histórias pessoais. O avanço tecnológico auxiliou no desempenho da pesquisa nacional.

Como resultados da pesquisa, identificamos as mulheres negras atuando em *podcasts* nacionais, disponibilizados no *Spotify* das regiões Norte, Nordeste, Centro-Oeste, Sudeste e Sul. Com o apoio de técnicas metodológicas, localizamos a existência do gênero feminino e a raça negra em produtos midiáticos de todo o país, como foi proposto no primeiro objetivo que era mapear a presença de mulheres negras no contexto dos *podcasts* brasileiros de 2022, nas cinco regiões do país, divulgados no *Spotify*.

Observamos o *podcast* como produto midiático, através de plataformas de *streaming*, com apoio teórico do campo da mídia sonora na comunicação. Segundo as falas das cinco interlocutoras, as reverberações dos episódios alcançam novos discursos relacionados às localidades investigadas. Um produto local pode ser aceito do Sul e não aceito no Centro-Oeste, já que os processos culturais são diferentes.

Foram realizadas análises dos percursos profissionais e dos modos de apresentação dos *podcasts* das cinco mulheres negras, considerando especificidades pessoais que são reverberadas nas práticas de produção desses produtos no Brasil. As contribuições foram essenciais para a construção do capítulo 4 da Dissertação e para o cumprimento do objetivo três. Nessas conversas, as mulheres indicaram sugestões de iniciativas e políticas para fomentar a presença de mulheres negras nos *podcasts* brasileiros, bem como críticas ao sistema que desvaloriza aspectos socioambientais, étnicos, raciais, sociais e comunicacionais.

Entre os principais resultados do objetivo geral que visava identificar a presença de mulheres negras em *podcasts* produzidos no Brasil, analisar suas trajetórias e formas de

atuação, explorando as particularidades das regiões brasileiras (Norte, Nordeste, Centro-Oeste, Sudeste e Sul) às quais elas pertencem, estão as definições do grupo de mulheres negras que representam cada uma das cinco regiões brasileiras. Os *podcasts* nacionais disponibilizados no *Spotify*, com apoio de recursos de ferramentas como o *Instagram* e *e-mail*, auxiliaram no processo da confirmação das vozes negras. As análises das trajetórias mostram as convergências dessas mulheres como desejos de representação social negra, comunicação segmentada para uma audiência voltada à comunidade negra, sem deixar de considerar a diversidade da recepção. Entre as principais divergências, os dados apontam que a quantidade de produções de *podcasts* varia entre as regiões no ano de 2022, bem como as formas de atuação dessas mulheres nas áreas profissionais, o que acaba se refletindo nos editoriais dos episódios que formam o discurso dos *podcasts* analisados.

Em relação ao segundo objetivo de identificar cinco *podcasts* (um de cada uma das cinco regiões do Brasil) nos quais atuam mulheres negras, analisar suas propostas (dos cinco *podcasts*) como produto midiático e repercussões, foram localizadas Elloane Carinie, Maria Alves, Laura Resende, Kenya Odara e Tainã Rosa atuantes nos *podcasts Na Beira do Rio, Nossa Gente, Boca de Siri, Coletivo Siriricas e A Cor da Voz* das regiões Norte, Nordeste, Centro-Oeste, Sudeste e Sul ancorados no *Spotify*. A investigação apontou para a possibilidade de participação feminina negra em meios sonoros como nos *podcasts* com apoio de outras redes sociais na divulgação dos conteúdos.

Os *podcasts* como produtos midiáticos apresentam características de produção e consumo de diferentes temáticas, formatos, periodicidades, autodefinição, etc. A valorização, divulgação e discussão de sujeitos que compõem identidades pertencentes às maiorias minorizadas através dos episódios dos *podcasts* impactam as repercussões dos cinco *podcasts*. Quanto à individualidade feminina negra em cada região do Brasil, os dados observacionais apontam que iniciativas independentes podem ter resultados significativos na sociedade brasileira somadas às comunidades locais.

A pesquisa contribui com registros que promovam a inserção de sujeitos negros no centro das esferas midiáticas e não apenas as recorrentes discussões desses grupos realocados nas bordas midiáticas. Esse cenário corresponde ao entendimento de que também é necessário pesquisar pontos positivos, trajetórias de sucesso e referências de sujeitos negros em todos os pilares da comunicação.

A proposta de investigação “A presença de mulheres negras” soma a intenção de cooperar com a visibilidade de programas, iniciativas, ações ou atividades antirracistas que acontecem no Brasil que por vezes podem passar despercebidas nas Universidades

brasileiras. Um discurso antirracista ancorado com pesquisa científica possibilita a compreensão dos processos culturais e sociais da negritude em ambiente acadêmico, ao qual passa a pertencer nas trocas de conhecimento para disciplinas de comunicação e de pesquisas futuras.

Para a sociedade e para o mercado de trabalho, a pesquisa apoia a valorização de mulheres negras e propõe subsídio teórico produzido em uma Universidade reconhecida mundialmente e dados empíricos por meio dos relatos das mulheres, mostrando os perfis sociais e culturais para conhecimento comunicacional. A investigação visa auxiliar outros processos de mulheres negras estudantes, profissionais ou consumidoras do campo da comunicação sonora no Brasil.

A pesquisa mostrou a diversidade cultural que o Brasil pode oferecer, registrada conforme dados observacionais, por meio da mídia sonora e o *podcast* via *streaming* no *Spotify*. Na análise dos episódios dos *podcasts*, observamos como as interlocutoras percebem as temáticas relacionadas às particularidades das mulheres negras brasileiras em suas regiões. No Norte, a categorização da força é presente no discurso socioambiental, regado pela potência da natureza e resistências da Amazônia; no Nordeste, as mulheres negras da televisão promovem mudanças estéticas no cenário audiovisual de Salvador; no Centro-Oeste, a naturalidade dos cabelos cacheados podem ser tratados como beleza feminina, já no Sudeste os ensinamentos parentais construíram possibilidades de sonhos nas *podcasters* negras e no Sul, a ampliação do olhar de mulheres negras na comunicação, assinala a potencialidade das resistências dentro do jornalismo gaúcho.

Portanto, para a conclusão desta pesquisa, identificamos que as vivências particulares de cada uma das cinco mulheres interlocutoras, sugere aproximações de interesse representativo, experimentadas singularmente, nas cinco regiões do Brasil. Dessa forma, por meio dos *podcasts*, as produtoras fortalecem a oralidade como instrumento de resistência comunicativa e social. O resgate de saberes e os conhecimentos pessoais transmitidos nas histórias dos episódios, nas entrevistas com vozes específicas da negritude e indígena, como ocorre no *podcast A Cor da Voz*, são apropriações de sentido e letramentos históricos.

Ainda nesse sentido, estar ocupando espaços de poder e visibilidade, como a produção e transmissão da voz nesses programas corresponde à possibilidade de existir midiaticamente e de promover mudanças de discursos relacionados à negritude, à representatividade feminina e às particularidades regionais, considerando cada uma das cinco regiões.

Por essas razões, o resgate do fortalecimento da comunidade negra, articulada regionalmente com o mesmo objetivo de registro de conhecimento, expande o poder da oralidade em espaços de autoridade, como nas plataformas de *streaming* no *Spotify*. Em vista disso, a Dissertação se volta a observar a ancestralidade no século XXI com apropriações de novas tecnologias de comunicação em todas as esferas regionais. Sendo assim, a literatura afro-brasileira contribui significativamente com os registros da população afro-brasileira, todavia, no campo da Comunicação, um quebra-cabeça ainda procura peças para que um mapa de mulheres negras possa ser restabelecido, honrado as pioneiras que abriram a porta para que as articuladores contemporâneas pudessem ter voz.

Conforme o andamento da pesquisa, nos surpreendemos com as divergências regionais, o funcionamento dos processos sociais de cada região, segundo a observação de cada mulher negra, no entanto as vivências raciais por vezes, estavam relacionadas nas falas sugeridas. Ou seja, o privilégio de ser branco, aparece em alguns dos relatos, quando oportunidades de trabalho não são destinadas primeiramente às mulheres negras, quando os espaços comunicacionais ainda não apresentam diversidade étnica racial, cultural e social. Outra descoberta indica que nem todas as mulheres negras brasileiras têm consciência racial. O letramento não é generalizado, as formas como as mulheres enxergam as discussões de gênero, raça e classe são divergentes. As preocupações sociais também apresentaram contraposição: enquanto o Norte carece de políticas ambientais, o Sudeste está mais concentrado no processo de desenvolvimento econômico. As tantas violências contra mulheres negras no Nordeste são opostas às condições de acesso tecnológico de comunidades do interior de Alvorada no Rio Grande do Sul, do mesmo jeito que o Centro-Oeste abrange características voltadas para o agronegócio.

Surpreendemos com as positivas intenções de mulheres negras em promover ações que impactam a vida de outros grupos sociais no Brasil. O *podcast Na Beira do Rio*, por exemplo, carrega como essência os relatos de ancestralidade, diversidade socioambiental, relacionando as riquezas da Amazônia que geralmente são desconhecidas ou não são transmitidas através dos meios de comunicação de massa.

Observamos a importância de aprofundamento da temática racial negra diante do campo da Comunicação, especificamente a mídia sonora no Brasil. Processos tecnológicos acabam ocupando os maiores índices de pesquisas que articulam o rádio, *podcast*, música entre outros produtos de áudio. Observamos que o ponto de vista étnico racial não aparece recorrentemente em trabalhos acadêmicos, voltados à mídia sonora, como o rádio e *podcasts*, essencialmente o gênero feminino. As contribuições de gênero no rádio, observam as

mulheres no jornalismo, do esporte e outros cenários fora das tomadas de decisões. Já os *podcasts* apresentam maior simetria entre a participação de gênero feminino⁷ no Brasil.

Ainda notamos uma ausência de dados que estabeleçam a quantidade de mulheres em cargos de tomada de decisão nas mídias sonoras no país. As principais agências de gerenciamento dos veículos de comunicação desconhecem informações que indiquem quem e quantas são as mulheres nesses espaços, como nos segmentos das rádios e vozes em *podcasts*. O impasse aumenta quando o questionamento se limita a mulheres negras ou sujeitas de outras etnias e classes econômicas.

Consideramos interessante continuar com o propósito de propagar conhecimento epistemológico da população que ainda resiste aos processos de apagamento, silenciamento ou omissão. Com isso, como perspectivas de pesquisas futuras, compreendemos a necessidade de revisões teóricas acerca da linha do tempo de mulheres negras na Comunicação, principalmente as mídias sonoras. A elaboração de investigações que promovam o fortalecimento dos processos culturais, religiosos, sociais da negritude em relação ao campo científico precisa ser explorada com atenção e dedicação, também voltada à regionalização gaúcha.

REFERÊNCIAS

A COR da Voz. **Podcast a cor da voz**. Alvorada, RS, 2021. Disponível em: <https://podcastacordavoz.wixsite.com/home>. Acesso em: 7 nov. 2022.

ALDENORA, Cavalcante. **Site Negrê**: por uma mídia negra nordestina. [S. l.], [2022]. Disponível em: <https://negre.com.br/>. Acesso em: 12 fev. 2023.

ALMEIDA, Gabriela Machado Ramos de; MUSSKOPF, Caroline de Mendonça. Ocupação Lanceiros Negros no Facebook: a presença online dos movimentos sociais como exercício do direito à comunicação. **Revista Fronteiras**: Estudos Midiáticos, Porto Alegre, v. 19, n. 2, p. 250-262, maio/ago. 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.4013/fem.2017.192.10>. Acesso em: 18 jul. 2023.

ALPINO, Lays de Lima; ARAGÃO, Rodrigo Martins. Transformações em conteúdo de mídia sonora: a convergência midiática no podcast Autoconsciente. *In*: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 45., 2022, João Pessoa. **Anais [...]**. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2022/resumo/0803202221523862eb1856aa327.pdf>. Acesso em: 12 nov. 2022.

ALTIA PODCASTS CRIATIVOS. **Ouçá nosso trabalho**. Cuiabá, 2023. Disponível em: <https://altiapodcasts.com.br/programas>. Acesso em: 22 abr. 2023.

ARAÚJO, Valmir Teixeira; PERUZZO, Cicilia Maria Krohling. Imprensa negra e cidadania: conteúdos do Correio Nagô, Mundo Negro e Nação Z. **Matrizes**, São Paulo, v. 5, n. 2, p. 229-250, maio/ago. 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v15i2p229-250>. Acesso em: 14 abr. 2023.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE JORNALISMO INVESTIGATIVO. **Estudo revela que não há negros no comando dos maiores veículos do Brasil**. São Paulo, 2021. Disponível em: <https://www.abraji.org.br/noticias/estudo-revela-que-nao-ha-negros-no-comando-dos-maiores-veiculos-do-brasil>. Acesso em: 20 nov. 2022.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE JORNALISMO INVESTIGATIVO. **Veja pesquisa sobre presença majoritária de brancos no comando das redações**. São Paulo, [2021]. Disponível em: <https://www.abraji.org.br/publicacoes/veja-pesquisa-sobre-presenca-majoritaria-de-brancos-no-comando-das-redacoes>. Acesso em: 10 jan. 2023.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PODCASTERS. **Busca pelo termo “podcast” cresce 43% no Brasil este ano**. [Campinas, SP], 30. set. 2022. Disponível em: <https://abpod.org/busca-pelo-termo-podcast-cresce-43-no-brasil-este-ano/>. Acesso em: 12 nov. 2022.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PODCASTERS. **PodPesquisa 2020-2021**: produtores. [Campinas, SP], [2021]. Disponível em:

https://abpod.org/wp-content/uploads/2021/10/Podpesquisa-Produtor-2020-2021_Abpod-Resultado-ATUALIZADO.pdf. Acesso em: 14 jul. 2022.

AVELAR, Kamilla; PRATA, Nair; MARTINS, Henrique Cordeiro. Podcast: trajetória, temas emergentes e agenda. *In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO*, 41., 2018, Joinville, SC. **Anais** [...]. Disponível em: <https://www.portalintercom.org.br/anais/nacional2018/resumos/R13-0147-1.pdf>. Acesso em: 20 dez. 2022.

BAHIA (Estado). Secretaria de Comunicação Social. **Podcasts**. Salvador, 2022. Disponível em: <https://www.comunicacao.ba.gov.br/?s=podcasts>. Acesso em: 22 jan. 2023.

BAHIA (Estado). Governo da Bahia. Esporte por toda parte. Podcast. Sudesb. Podcast. Bahia, 2022. Disponível em: <https://www.comunicacao.ba.gov.br/category/podcasts/esporte-por-toda-parte/>. Acesso em: 15 mar. 2022.

BAHIA (Estado). Governo da Bahia. Hora rural: podcast. Podcast. Bahia, 2022. Disponível em: <https://www.comunicacao.ba.gov.br/category/podcasts/podcast-hora-rural/>. Acesso em: 15 out. 2022.

BAHIA (Estado). Governo da Bahia. Podcast Bahia em Movimento: governo do estado da Bahia. Bahia, 2022. Disponível em: <http://estudantes.educacao.ba.gov.br/noticias/podcast-bahia-em-movimento-103-protagonismo-estudantil>. Acesso em: 10 mar. 2023.

BAHIA (Estado). Governo da Bahia. Secretaria de Políticas Para As Mulheres da Bahia. Respeita as minas: podcast. Podcast. Bahia, 2022. Disponível em: <https://www.comunicacao.ba.gov.br/2022/04/podcasts/respeita-as-minas-38-ronda-maria-da-penha/>. Acesso em: 15 abr. 2022.

BANAJI, Shakuntala. Racismo e orientalismo: o papel da mídia. *In: CORRÊA, Laura Guimarães (Org.). Vozes negras em comunicação: mídias, racismos, resistências*. Belo Horizonte: Autêntica, 2019. p. 37-49. Coleção Cultura Negra e Identidades.

BARBOSA, Karina Gomes; SOUZA, Francielle Neves de. A solidão das meninas negras: apagamento do racismo e negação de experiências nas representações de animações infantis. **Revista Eco-Pós**, Rio de Janeiro, v. 21, n. 3, p. 75-96, 2018. Disponível em: https://revistaecopos.eco.ufrj.br/eco_pos/article/view/20239. Acesso em: 16 mar. 2023.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BARROS, Antônio Teixeira de; JUNQUEIRA, Rogério Diniz. A elaboração de projeto de pesquisa[CC1]. *In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (Orgs.). Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação*. São Paulo: Atlas, 2005. p. 32-47.

BARROS, Thiane de Nazaré Monteiro Neves; SOUSA, Raissa Lennon Nascimento. Mídia feminista negra: de resposta emergencial a um processo de pesquisa em comunicação. *In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO*, 45., 2022, João Pessoa. **Anais** [...]. Disponível em:

<https://www.portalintercom.org.br/anais/nacional2022/resumo/0721202209444762d94a3fdd23c>. Acesso em: 19 abr. 2023.

BASTOS, Fernanda. Registros de injúria racial e racismo aumentam na maioria dos estados brasileiros. **Exame**, [São Paulo], 21 jul. 2023. Disponível em: <https://exame.com/esg/registros-de-injuria-racial-e-racismo-aumentam-na-maioria-dos-estados-brasileiros/>. Acesso em: 28 out. 2023.

BAUER, Martin W.; GASKELL, George (Orgs.). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. 7. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008. Disponível em: <https://tecnologiamidiaeinteracao.files.wordpress.com/2017/10/pesquisa-qualitativa-com-texto-imagem-e-som-bauer-gaskell.pdf>. Acesso em: 18 out. 2023.

BENTO, Maria Aparecida Silva. **Pactos narcísicos no racismo: branquitude e poder nas organizações empresariais e no poder público**. 2002. 169 f. Tese (Doutorado em Psicologia) –Universidade de São Paulo, São Paulo, 2002. Disponível em: <https://doi.org/10.11606/T.47.2019.tde-18062019-181514>. Acesso em: 10 jan. 2023.

BERRY, Richard. About me. *In*: BERRY, Richard. **Blog Richard Berry**: radio and podcast academic. [S. l.], 7 July 2013. Disponível em: <https://richardberry.eu/about-me/>. Acesso em: 10 fev. 2023.

BERRY, Richard. Will the iPod kill the radio star? Profiling podcasting as radio. **The International Journal of Research into New Media Technologies**, London, v. 12, n. 2, p. 143-162, 2006. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/1354856506066522>. Acesso em: 12 set. 2023.

BERRY, Richard. Part of the establishment: reflecting on 10 years of podcasting as an audio medium. **Convergence**, [S. l.], v. 22, n. 6, p. 661-671. 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/1354856516632105>. Acesso em: 10 mar. 2023.

BLOGUEIRAS NEGRAS. **Mulheres negras**. [S. l.], [2023]. Twitter: @BlogNegras. Disponível em: <https://twitter.com/BlogNegras>. Acesso em: 15 abr. 2023.

BOLETIM Dicas de Cultura PMG 45. Locução: Sérgio Sá Leitão. São Paulo: Secretaria de Cultura e Economia Criativa, 8 out. 2021. Disponível em: <https://www.cultura.sp.gov.br/boletim-dicas-de-cultura/>. Acesso em: 26 maio 2022.

BOND, Letycia. Mais da metade dos brasileiros já presenciou ato de racismo. **Agência Brasil**, São Paulo, 27 jul. 2023. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/direitos-humanos/noticia/2023-07/mais-da-metade-dos-brasileiros-presenciou-ato-de-racismo>. Acesso em: 28 out. 2023.

BONINI, Tiziano. A “segunda era” do podcasting: reenquadrando o podcasting como um novo meio digital massivo. Tradução de Marcelo Kischinhevsky. **Radiofonias: Revista de Estudos em Mídia Sonora**, Mariana, MG, v. 11, n. 1, p. 13-32, jul. 2020. Disponível em: <https://periodicos.ufop.br/radiofonias/article/view/4315>. Acesso em: 28 out. 2023.

BONINI, Tiziano. La “segunda era” del podcasting: el podcasting como nuevo medio de comunicación de masas digital. **Quaderns del CAC**, [S. l.], v. XVIII, n. 41, p. 23-33, jul.

2015. Disponível em:

https://www.researchgate.net/publication/281207319_The_Second_Age_of_Podcasting_reframing_podcasting_as_a_new_digital_mass_medium. Acesso em: 20 dez. 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: mídias, racismos, resistências*. Belo Horizonte: Autêntica, 2019. p. 17-36.

BRAGA, Adriana Andrade; GASTALDO, Édison. Variações sobre o uso do Skype na pesquisa empírica em comunicação: apontamentos metodológicos. *In: ENCONTRO ANUAL DA COMPOS, 20., 2011, Porto Alegre. Anais [...]*. Campinas, SP: Galoá, 2011. Disponível em: <https://proceedings.science/compos/compos-2011/trabalhos/variacoes-sobre-o-uso-do-skype-na-pesquisa-empirica-em-comunicacao-apontamentos?lang=pt-br>. Acesso em: 17 abr. 2023.

BRAGA, Lucas. Spotify lança novo feed para você passar mais tempo no app e provavelmente ver mais anúncios. *In: Tecnoblog*. [S. l.], 2023. Disponível em: <https://tecnoblog.net/noticias/2023/03/08/spotify-lanca-novo-feed-para-voce-passar-mais-tempo-no-app-e-provavelmente-ver-mais-anuncios/>. Acesso em: 10 mar. 2023.

BRASIL. Senado Federal. **Governo federal revoga decretos de enfrentamento à pandemia**. Brasília, 23 maio 2022. Disponível em: [https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2022/05/23/governo-federal-revoga-decretos-de-enfrentamento-a-pandemia#:~:text=No%20domingo%20\(22\)%2C%20o,a%20medida%20entrar%20em%20vigor](https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2022/05/23/governo-federal-revoga-decretos-de-enfrentamento-a-pandemia#:~:text=No%20domingo%20(22)%2C%20o,a%20medida%20entrar%20em%20vigor). Acesso em: 10 fev. 2023.

BRESSAN, Valentina. Escritora transforma podcast sobre negritude no livro “A Cor da Voz”. **Correio do Povo**, Porto Alegre, 14 nov. 2021. Disponível em: <https://www.correiodopovo.com.br/blogs/oficinadejornalismo/escritora-transforma-podcast-sobre-negritude-no-livro-a-cor-da-voz-1.723549>. Acesso em: 18 out. 2022.

BRITO, Lucianna Sousa Furtado; CORRÊA, Guimarães Laura. As identidades negras da diáspora e a descolonização da representação. **E-Compós**, Brasília, v. 21, n. 3, set./dez. 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.30962/ec.1484>. Acesso em: 22 fev. 2024.

BRITTOS, Valério Cruz. O rádio brasileiro na fase da multiplicidade da oferta. **Verso & Reverso**, São Leopoldo, RS, ano 16, n. 35, p. 31-54, jul./dez. 2002.

BUFARAH JUNIOR, Alvaro. Estudos de casos sobre classificação de gêneros e formatos de podcasts jornalísticos na web brasileira. *In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 44., 2021, [S. l.]. Anais [...]*. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2021/resumos/dt4-rm/alvaro-bufarah-jr.pdf>. Acesso em: 25 abr. 2023.

CARDOSO, Marcelo; VILLAÇA, Lenise. Podcast no Brasil: disrupção de modelos de comunicação ou submissão à lógica de grupos hegemônicos de poder? **Revista Alterjor**, São Paulo, v. 25, n. 1, p. 111-126, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.11606/issn.2176-1507.v25i1p111-126>. Acesso em: 20 fev. 2024.

CARNEIRO, Sueli. **Racismo, sexismo e desigualdade no Brasil**. São Paulo: Selo Negro, 2011.

CARRERA, Fernanda. A raça e o gênero da estética e dos afetos: algoritmização do racismo e do sexismo em bancos contemporâneos de imagens digitais. **Matrizes**, São Paulo, v. 14, n. 2, p. 217-240, 2020. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/167187>. Acesso em: 20 fev. 2024.

CARRERA, Fernanda *et al.* Dimensões teórico-metodológicas de pesquisas em Comunicação: interseccionalidade e plataformas digitais. **Fronteiras: Estudos Midiáticos**, São Leopoldo, RS, v. 24, n. 1, p. 14-21, jan./abr. 2022. Disponível em: <https://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/24870>. Acesso em: 18 jun. 2023.

CARUSO, Gabriela. O vazio deixado pelas referências que se vão: ou: perdemos Bell Hooks. *In*: FGV Direito Rio, Rio de Janeiro, 16 dez. 2021. Disponível em: <https://diretorio.fgv.br/noticia/o-vazio-deixado-pelas-referencias-que-se-vaou-perdemos-bell-hooks>. Acesso em: 15 nov. 2023.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1999.

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano: artes de fazer**. Tradução de Ephraim Ferreira Alves. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998. v. 1.

CHAGAS, Luã José Vaz; VIANA, Luana. O legado de Roquette-Pinto e a produção dos podcasts com viés educativo. **Extraprensa**: São Paulo, v. 13, n. 1, p. 40-55, jul./dez. 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.11606/extraprensa2019.159566>. Acesso em: 3 fev. 2023.

CHUTEL, Lynsey. Como é a diversidade em redações investigativas ao redor do mundo. Tradução de Ana Beatriz Assam. **Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo**, São Paulo, 5 fev. 2021. Disponível em: <https://abraji.org.br/noticias/como-e-a-diversidade-em-redacoes-investigativas-ao-redor-do-mundo>. Acesso em: 10 jan. 2023.

CORRÊA, Laura Guimarães. Por um olhar opositor e um agir impedante. *In*: CORRÊA, Laura Guimarães (Org.). **Vozes negras em comunicação: mídia, racismos, resistências**. Belo Horizonte: Autêntica, 2019. p. 223.

CORRÊA, Laura Guimarães *et al.* Entre o interacional e o interseccional: contribuições teórico-conceituais das intelectuais negras para pensar a comunicação. **Revista Eco-Pós**, Rio de Janeiro, v. 21, n. 3, p. 147-169, dez. 2018. Disponível em: https://revistaecopos.eco.ufrj.br/eco_pos/article/view/20198. Acesso em: 12 abr. 2023.

CRENSHAW, Kimberle. Demarginalizing the Intersection of race and sex: a black feminist critique of antidiscrimination doctrine, feminist theory, and antiracist politics. **University of Chicago Legal Forum**, Chicago, Illinois, USA, v. 1989, n. 1, p. 139-167, 1989. Disponível em: <https://chicagounbound.uchicago.edu/uclf/vol1989/iss1/8/>. Acesso em: 15 set. 2017.

CRISÓSTOMO, Maryellen; MELO, Paulo Victor; TERSO, Tâmara. TICs, raça, mulheres e territórios: o podcast Ondas da Resistência como ocupação das plataformas digitais em uma

perspectiva interseccional. **Fronteiras**: estudos midiáticos, São Leopoldo, RS, v. 24, n. 1, p. 37-51, jan./abr. 2022. Disponível em: <https://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/23984>. Acesso em: 11 mar. 2023.

CRUZ, Maria Márcia; LOPES, Edilene. Jornalistas negros: como a experiência da negritude. In: CORRÊA, Laura Guimarães (Org.). **Vozes negras em comunicação**: mídias, racismos, resistências. Belo Horizonte: Autêntica, 2019. p. 93-112.

CURITIBA (Município). Curitiba: PodPrefs, 2023. *Podcast*. Disponível em: <https://open.spotify.com/show/2r2LWxRzJG4Jx1Iv6Ozo5Z>. Acesso em: 15 jun. 2023.

CYNTHIA Martins. Entrevistada: Cynthia Martins. Entrevistadora: Maria Lorena Alves. [Salvador]: Nossa Gente, jul. 2022. *Podcast*. Disponível em: <https://open.spotify.com/episode/5WIDTp5SS2qwZwS2chOUI>. Acesso em: 12 set. 2023.

DE LUZIA a Beyoncé: forte como uma mulher do Norte: episódio NBDR 16. Locução: Elloane Carinie e Andreia França. Santana, AP: Na Beira do Rio, mar. 2022. *Podcast*. Disponível em: <https://open.spotify.com/episode/0zNvBTcp3cp9VFh5MLvWpO>. Acesso em: 12 set. 2023.

DIAS, Cristiane Correia. Perspectivas pretas que enunciam vozes e educam: o feminismo Hip-Hop, a política da sobrevivência e o empoderamento na favela. **Extraprensa**, São Paulo, v. 15, n. Especial, p. 702-720, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.11606/extraprensa2022.193404>. Acesso em: 13 mar. 2024.

DORES, Kelly. O Brasil é o segundo maior mercado em consumo e criação de podcasts no Spotify. **Propmark**. São Paulo, 28 set. 2023. Disponível em: <https://propmark.com.br/o-brasil-e-o-segundo-maior-mercado-em-consumo-e-criacao-de-podcasts-no-spotify/>. Acesso em: 14 fev. 2024.

DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2006. p. 379.

DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.

EDITORA BLIMUNDA. Sobre o livro *Feminismos e Podcasts*. In: BENFEITORIA. [S. l.], 2022. Disponível em: <https://benfeitoria.com/projeto/feminismosepodcasts>. Acesso em: 10 jan. 2023.

EDUCAÇÃO em Prosa: nas ondas do conhecimento. Goiânia, 2022. *Podcast*. Disponível em: <https://open.spotify.com/show/2wisILXsP6sSCPQqE3JT5i>. Acesso em: 15 nov. 2022.

EMPRESA BRASILEIRA DE PESQUISA AGROPECUÁRIA. **Região Centro-Oeste**. Brasília, [2023]a. Disponível em: <https://www.embrapa.br/contando-ciencia/regiao-centro-oeste>. Acesso em: 14 mar. 2023.

EMPRESA BRASILEIRA DE PESQUISA AGROPECUÁRIA. **Região Nordeste**. Brasília, [2023]b. Disponível em: <https://www.embrapa.br/contando-ciencia/regiao-nordeste>. Acesso em: 14 mar. 2023.

EMPRESA BRASILEIRA DE PESQUISA AGROPECUÁRIA. **Região Norte**. Brasília, [2023]c. Disponível em: <https://www.embrapa.br/contando-ciencia/regiao-norte>. Acesso em: 14 mar. 2023.

EMPRESA BRASILEIRA DE PESQUISA AGROPECUÁRIA. **Região Sudeste**. Brasília, [2023]d. Disponível em: <https://www.embrapa.br/contando-ciencia/regiao-sudeste>. Acesso em: 14 mar. 2023.

EMPRESA BRASILEIRA DE PESQUISA AGROPECUÁRIA. **Região Sul**. Brasília, [2023]e. Disponível em: <https://www.embrapa.br/contando-ciencia/regiao-sul>. Acesso em: 14 mar. 2023.

ESPERIDIÃO, Maria; PAIXÃO, Mayara. Abraji faz levantamento sobre violência a mulheres jornalistas. **Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo**, São Paulo, 13 mar. 2020. Disponível em: <https://abraji.org.br/noticias/abraji-faz-levantamento-sobre-violencia-a-mulheres-jornalistas>. Acesso em: 22 nov. 2022.

ESSA É pras minas, pras cacheadas. Locução: Deborah Nunes e Laura Resende. [Cuiabá]: Boca de Siri, 13 abr. 2023. *Podcast*. Disponível em: <https://open.spotify.com/episode/53f0St274pKm0sKBeBPPAX>. Acesso em: 12 de set. de 2023.

EVARISTO, Conceição. **Insubmissas lágrimas de mulheres**. 2. ed. Rio de Janeiro: Malê, 2016.

FALA, Belém! Medidas da Prefeitura de Belém para o enfrentamento do novo coronavírus. Entrevistados: Veronilce Borges, Claudio Mercês e Carina Bordalo. Entrevistadoras: Jamila Magno e Carla Pereira. Belém: Prefeitura de Belém, abr. 2020. *Podcast*. Disponível em: <https://open.spotify.com/episode/4ruCvBNBINqclfmWww1k99>. Acesso em: 22 jan. 2023.

FALTA de perspectiva da mulher negra: episódio #011. Locução: Tainá Lopes, Andrea Mamel e Ingrid Reis. [S. l.]: Coletivo Siriricas, jun. 2020. *Podcast*. Disponível em: <https://open.spotify.com/episode/6IdTZyDQiuwclpNIFoJII6>. Acesso em: 12 set. 2023.

FAVA, Bárbara. MT ocupa o primeiro lugar no ranking de casos de racismo no país. **TV Centro América**, Cuiabá, 30 out. 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/mt/mato-grosso/noticia/2020/10/30/mt-ocupa-o-primeiro-lugar-no-ranking-de-casos-de-racismo-no-pais.ghtml>. Acesso em: 26 out. 2023.

FERNANDES, Pablo Moreno. Racismo e invisibilização: representatividade negra em anúncios de revista. **E-Compós**, Brasília, v. 25, p. 1-32, jan./dez. 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.30962/ec.2384>. Acesso em: 21 fev. 2024.

FERNANDES, Pablo Moreno; BELMIRO, Dalila Maria Musa. As semioses do “tornar-se” negra em “Mulheres em Transição”. **Revista Eco-Pós**, Rio de Janeiro, v. 24, n. 1, p. 257-281, 2021. Disponível em: https://revistaecopos.eco.ufrj.br/eco_pos/article/view/27399. Acesso em: 19 maio 2023.

FERRARETTO, Luiz Artur. Conceitos de rádio: múltiplos olhares ressignificando e atualizando definições. **Radiofonias**: Revista de Estudos em Mídia Sonora, Mariana, MG, v. 12, n. 2, p. 10-29, maio/ago. 2021. Disponível em: <https://periodicos.ufop.br/radiofonias/article/view/5020>. Acesso em: 20 abr. 2023.

FERRAZ, Nivaldo. Um conceito de ouvinte expandido. **Rumores** São Paulo, v. 13, n. 26, p. 274-293, jul./dez. 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.11606/issn.1982-677X.rum.2019.150898>. Acesso em: 11 mar. 2023.

FERREIRA, Ceíça. Lacunas nos estudos de comunicação e cinema no Brasil: feminismo (e a intersecção de gênero e raça) e recepção fílmica. **Matrizes**, São Paulo, v. 11, n. 3, p. 169-195, set./dez. 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v11i3p169-195>. Acesso em: 20 abr. 2023.

FERREIRA, Ceíça. Reflexões sobre “a mulher”, o olhar e a questão racial na teoria feminista do cinema. **Revista Famecos**, Porto Alegre, v. 25, n. 1, p. 1-24, jan./abr. 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2018.1.26788>. Acesso em: 25 mar. 2024.

FERREIRA, Lola. Registros de racismo crescem 67% em um ano; RJ tem maior número de casos. *In*: UOL Notícias. Rio de Janeiro, 20 jul. 2023. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2023/07/20/crescimento-casos-racismo.htm>. Acesso em: 26 out. 2023.

FIDELES, Pedro. Os encantos da Região Sul do Brasil. *In*: BRASIL. Ministério do Turismo. Brasília, 8 nov. 2016a. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/os-encantos-da-regiao-sul-do-brasil>. Acesso em: 26 out. 2023.

FIDELES, Pedro. Sudeste: história, praias e grandes eventos. *In*: BRASIL. Ministério do Turismo. Brasília, 14 out. 2016b. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/sudeste-historiac-praias-e-grandes-eventos>. Acesso em: 26 out. 2023.

FIDLER, Roger. **Mediamorfosis**: comprender los nuevos medios. Buenos Aires: Granica, 1998.

FIGUEIREDO, Angela; LEITE, Naiara. Nosso tempo é agora! Mobilização política e transformações das imagens de controle das mulheres negras. **Revista Eco-Pós**, Rio de Janeiro, v. 24, n. 1, p. 12-41, 2021. Disponível em: https://revistaecopos.eco.ufrj.br/eco_pos/article/view/27774. Acesso em: 15 set. 2022.

FLICK, Uwe. **Desenho da pesquisa qualitativa**. Porto Alegre: Artmed, 2009.

FONSECA, Nathalia; ESTEVES, Lorena Cruz; SEREJO, Elias. Feminismos sul global e relações de poder: empoderamento e resistência na atuação dos coletivos Banzeiro Feminista (AM) e Rede de Mulheres Negras (PA) no Facebook. *In*: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 31., 2022, Imperatriz, MA. **Anais** [...]. Campinas: Galoá, 2022. Disponível em: <https://proceedings.science/compos/compos-2022/trabalhos/feminismos-sul-global-e-relacoes-de-poder-empoderamento-e-resistencia-na-atuacao?lang=pt-br>. Acesso em: 13 mar. 2024.

FREITAS, Suellem Lopes de. Consumo cultural e midiático de mulheres negras: construção de identidade e interseccionalidade. 2020. 183 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2020. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/212494>. Acesso em: 25 out. 2023.

FREITAS, Viviane Gonçalves. **De qual feminismo estamos falando?** Desconstruções e reconstruções das mulheres, via imprensa feminista brasileira, nas décadas de 1970 a 2010. 2017. 198 f. Tese (Doutorado em Ciência Política) – Universidade de Brasília, Brasília, 2017. Disponível em: <http://repositorio2.unb.br/jspui/handle/10482/23636>. Acesso em: 27 ago. 2023.

GAMBARO, Daniel.; FERRAZ, Nivaldo. Chaves metodológicas para o estudo e análise de podcasts em sua relação com a cultura pop. *In*: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 45., 2022, João Pessoa. **Anais** [...]. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2022/listaGP.php?gp=27>. Acesso em: 27 ago. 2023.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GOBBO, Elaine Dal. Racismo: Estado está entre os 10 primeiros colocados do ranking nacional. **Século Diário**, [Vitória], 16 jul. 2021. Disponível em: <https://www.seculodiario.com.br/seguranca/racismo-estado-esta-entre-os-10-primeiros-colocados-em-numeros-absolutos-e-taxa-por-100-mil-habitantes>. Acesso em: 28 out. 2023.

GOMES, Thayná dos Santos. **A percepção de valor na prática do consumo de música através do acesso na plataforma de streaming Spotify**. 2021. 80 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2021. Disponível em: <https://repositorio.ufpb.br/jspui/handle/123456789/23407>. Acesso em: 10 mar. 2023.

GONZÁLEZ, Lélia. **Por um feminismo afro-latino-americano**: ensaios, intervenções e diálogos. Rio Janeiro: Zahar, 2020.

GUENA, Márcia; SANTOS, Ceres. Expulsão do racismo estrutural da comunicação: da utopia à realidade. **Extraprensa**, São Paulo, v. 15, n. Especial, p. 119-135, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.11606/extraprensa2022.194387>. Acesso em: 13 mar. 2024.

HALL, Stuart. Que “negro” é esse na cultura negra? *In*: SOVIK, Liv (Org.). **Da diáspora**: identidades e mediações culturais. Tradução de Adelaine La Guardia Resende *et al.* Belo Horizonte: Editora da UFMG, 2003. p. 335-349. Coleção Humanitas.

HERSCHMANN, Micael; KISCHINHEVSKY, Marcelo. A “geração podcasting” e os novos usos do rádio na sociedade do espetáculo e do entretenimento. **Revista Famecos**, Porto Alegre, v. 15, n. 37, p. 101-106, dez. 2008. Disponível em: <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2008.37.4806>. Acesso em: 13 jan. 2023.

HOOKS, Bell. **E eu não sou uma mulher?** Mulheres negras e feminismo. Tradução de Bhuvi Libanio. 2. ed. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 2020.

HOOKS, Bell. **Pertencimento**: uma cultura de lugar. São Paulo: Elefante, 2022.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Conheça o Brasil:** população: cor ou raça. Rio de Janeiro, [2023]. Disponível em: <https://educa.ibge.gov.br/jovens/conheca-o-brasil/populacao/18319-cor-ou-raca.html#:~:text=O%20IBGE%20pesquisa%20a%20cor,10%2C6%25%20como%20pretos>. Acesso em: 27 ago. 2023.

INTERNATIONAL FEDERATION OF THE PHONOGRAPHIC INDUSTRY. **Engaging with music.** London, 2023. Disponível em: https://www.ifpi.org/wp-content/uploads/2023/12/IFPI-Engaging-With-Music-2023_full-report.pdf. Acesso em: 14 fev. 2024.

JÁ GOZOU hoje mulher? Episódio #11. Locução: Deborah Nunes e Laura Resende. [Cuiabá]: Boca de Siri, 3 fev. 2022. *Podcast*. Disponível em: <https://open.spotify.com/episode/0YmQCSd9XjujJCTI7h4c6w>. Acesso em: 5 jul. 2022.

JACKS, Nilda; SCHMITZ, Daniela. Os meios em Martín-Barbero: antes e depois das mediações. **Matrizes**, São Paulo, v. 12, n. 1 p. 115-130, jan./abr. 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v12i1p115-130>. Acesso em: 21 ago. 2023.

JANONE, Lucas. CNN Brasil. Compras online e consumo de podcast têm boom durante a pandemia, diz pesquisa. **CNN**, Rio de Janeiro, 21 jun. 2022. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/economia/compras-online-e-consumo-de-podcast-tem-boom-durante-a-pandemia-diz-pesquisa/>. Acesso em: 21 ago. 2023.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. Tradução de Susana Alexandria. São Paulo: Aleph, 2008.

KILOMBA, Grada. **Memórias da plantação:** episódios de racismo cotidiano. 11. ed. Rio de Janeiro: Cobogó, 2019.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Rádio e mídias sociais:** mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais de comunicação. Rio de Janeiro: Mauad X, 2016.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. Rádio em episódios, via internet: aproximações entre o podcasting e o conceito de jornalismo narrativo. **Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación**, Santiago de Compostela, A Coruña, España, v. 5, n. 10, p. 74-81, nov. 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.24137/raeic.5.10.24>. Acesso em: 13 jan. 2023.

KISCHINHEVSKY, Marcelo *et al.* A consolidação dos estudos de rádio e mídia sonora no século XXI: chaves conceituais e objetos de pesquisa. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, São Paulo, v. 40, n. 3, p. 91-108, set./dez. 2017. Disponível em: <https://revistas.intercom.org.br/index.php/revistaintercom/article/view/2802>. Acesso em: 15 set. 2022.

KISCHINHEVSKY, Marcelo *et al.* Entre o algoritmo e a curadoria: programação radiofônica, gêneros musicais e repetição. **Comunicação, Mídia e Consumo**, São Paulo, v. 18, n. 51, p. 144-165, jan./abr. 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.18568/cmc.v18i51.2216>. Acesso em: 18 maio 2023.

KISCHINHEVSKY, Marcelo *et al.* A inserção dos estudos radiofônicos e de mídia sonora na pós-graduação em Comunicação no Brasil. **Radiofonias**: Revista de Estudos em Mídia Sonora, Mariana, MG, v. 12, n. 3, p. 6-27, set/dez. 2021. Disponível em: <https://periodicos.ufop.br/radiofonias/article/view/5256>. Acesso em: 10 mar. 2023.

KOZINETS, Robert V. **Netnografia**: realizando pesquisa etnográfica online. Tradução de Daniel Bueno. Porto Alegre: Penso, 2014.

LADEIRA, João Damasceno Martins. Uma arqueologia do streaming no Brasil: ensaio metodológico. **Lumina**, Juiz de Fora, MG, v. 16, n. 1, p. 28-44, jan./abr. 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.34019/1981-4070.2022.v16.32557>. Acesso em: 10 mar. 2023.

LASCENE PRODUÇÕES. **Mulheres negras nos lugares de decisão, com Marielle Franco**. [S. l.: s. n.], 2020. 1 vídeo (1 min 40 s). Publicado pelo canal Lascene Produções. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=xyLr59jjhsc>. Acesso em: 13 jan. 2023.

LEITE, Francisco. Comunicação antirracista: notas crítico-reflexivas e propositivas. *In*: ENCONTRO ANUAL DA COMPOS, 31., 2022, Imperatriz, MA. **Anais** [...]. Campinas: Galoá, 2022. Disponível em: <https://proceedings.science/compos/compos-2022/trabalhos/comunicacao-antirracista-notas-critico-reflexivas-e-propositivas?lang=pt-br>. Acesso em: 13 mar. 2024.

LOLLI, João Felipe; PRATA, Nair. EBC e o (pouco) investimento na produção de podcasts. *In*: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 45., 2022, João Pessoa. **Anais** [...]. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2022/resumo/0711202209113562cc1377cf94c.pdf>. Acesso em: 15 nov. 2023.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. **Pesquisa em comunicação**. 7. ed. São Paulo: Loyola, 2003.

LOUREIRO, Gabriela. Os 10 piores estados do Brasil para ser negro, gay ou mulher. *In*: PORTAL GELEDÉS. [São Paulo], 9 mar. 2014. Disponível em: <https://www.geledes.org.br/os-10-piores-estados-brasil-para-ser-negro-gay-ou-mulher/>. Acesso em: 28 out. 2023.

LUIZ, Lucio; ASSIS, Pablo de. O podcast no Brasil e no mundo: um caminho para a distribuição de mídias digitais. *In*: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 33., 2010, Caxias do Sul, RS. **Anais** [...]. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-0302-1.pdf>. Acesso em: 12 fev. 2023.

MAINGUENEAU, Dominique. **Análise de textos de comunicação**. Tradução de Maria Cecília P. de Souza e Silva e Décio Rocha. 6. ed. São Paulo: Cortez, 2013.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos da metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **De los medios a las mediaciones**: comunicación, cultura y hegemonía. Barcelona: Gustavo Gili, 1987.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. De los medios a las prácticas. **Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales**, Ciudad de México, México, n. 1, p. 9-18, 1990.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora da UFRJ, 1997.

MARTINS, Vera; ROSA, Rosane. Ao sul das referências: reflexões decoloniais para desierarquizar os processos de produção de conhecimento. **Comunicação, Mídia e Consumo**, São Paulo, v. 18, n. 51, p. 16-35, abr. 2021. Disponível em: <https://revistacmc.espm.br/revistacmc/article/view/16/pdf>. Acesso em: 7 mar. 2023.

MARTINS, Zilda *et al.* Do racismo epistêmico às cotas raciais: A demanda por abertura na universidade. **Eco-Pós**, Rio de Janeiro, p. 122-145, 09 dez. 2018. Disponível em: https://revistaecopos.eco.ufrj.br/eco_pos/article/view/20276/12630. Acesso em: 9 jun. 2023.

MATHEWS, Eva. Spotify ultrapassa marca de meio bilhão de usuários e lança novos recursos. *In*: PORTAL ISTO É. [S. l.], 8 mar. 2023. Disponível em: <https://istoe.com.br/spotify-ultrapassa-marca-de/>. Acesso em: 10 de mar. de 2023.

MEDITSCH, Eduardo (Org.). **Teorias do rádio**: textos e contextos. Florianópolis: Insular, 2005. v. 1.

MCCANN, Hannah (Org.). **O livro do feminismo**. Tradução de Ana Rodrigues. Rio de Janeiro: Globo Livros, 2019. Coleção As Grandes Ideias de Todos os Tempos.

MONTARDO, Sandra Portella.; VALIATI, Vanessa Amália Dalpizol. Streaming de conteúdo, streaming de si? Elementos para análise do consumo personalizado em plataformas de streaming. **Revista Famecos**, Porto Alegre, v. 28, n. 1, p. 1-14, jan./dez. 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2021.1.35310>. Acesso em: 22 fev. 2024.

MOREIRA, Sônia Virgínia. Análise documental como método e como técnica[CC1]. *In*: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005. p. 271-279.

MOROZOV, Evgeny. **Big tech**: a ascensão dos dados e a morte da política. São Paulo: Ubu, 2018.

MULHERES negras na comunicação: a ampliação do olhar: temporada 2: episódio #03. Entrevistadora: Tainá Rosa. Entrevistadas: Carol Anchieta e Hallana Vitória. Porto Alegre: A Cor da Voz, dez. 2020. *Podcast*. Disponível em: <https://open.spotify.com/episode/0AX7NJYZEU3ID7yBz6LEXV>. Acesso em: 12 set. 2023.

MULHERES PODCASTERS. **Mulheres podcasters**. [S. l.], 2023. Twitter: @MulheresPod. Disponível em: <https://twitter.com/MulheresPod>. Acesso em: 15 abr. 2023.

MUNANGA, Kabengele. Uma abordagem conceitual das noções de raça, racismo, identidade e etnia. *In*: PORTAL GELEDÉS. [São Paulo], 21 set. 2009. Disponível em: <https://www.geledes.org.br/kabengele-munanga-uma-abordagem-conceitual-das-nocoos-de-ra-ca-racismo-identidade-e-etnia/>. Acesso em: 18 ago. 2023.

NA BEIRA do Rio: podcast. **Da #amazônia brasileira para o mundo**. [S. l.], 12 dez. 2022. Instagram: @nabeiradorio.podcast. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CmFaqTypOwq/>. Acesso em: 27 out. 2022.

NASCIMENTO, Beatriz. Por uma história do homem negro. *In*: RATTTS, Alex (Org). **Uma história feita por mãos negras: relações raciais, quilombos e movimentos**. Rio de Janeiro: Zahar, 2021. p. 37-46.

NASCIMENTO, Maria Beatriz. O negro visto por ele mesmo. *In*: RATTTS, Alex (Org.). **O negro visto por ele mesmo**. São Paulo: Ubu Editora, 2022.

NOVAES, Jamile. Comunicação enquanto direito: mulheres negras protagonizam iniciativas de comunicação antirracista e estratégica. *In*: BAOBÁ. [S. l.], 7 abr. 2021. Disponível em: <https://baoba.org.br/comunicacao-enquanto-direito-mulheres-negras-protagonizam-iniciativas-de-comunicacao-antirracista-e-estrategica/>. Acesso em: 2 fev. 2023.

O GENOCÍDIO negro descrito por Abdias. Entrevistada: Graziela Oliveira. Entrevistadora: Tainã Rosa. [S. l.]: A Cor da Voz, 1º set. 2020. *Podcast*. Disponível em: <https://open.spotify.com/episode/5WcNZyeF0rGioCYtSb1q6W>. Acesso em: 5 jul. 2020.

OLIVEIRA, Nayara. Cidades do Centro-Oeste e a interiorização do território brasileiro. *In*: BRASIL. Ministério do Turismo. Brasília, 24 ago. 2022a. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/cidades-do-centro-oeste-e-a-interiorizacao-do-territorio-brasileiro>. Acesso em: 26 out. 2023.

OLIVEIRA, Nayara. Conheça a história do Brasil pelos destinos turísticos do Nordeste. *In*: BRASIL. Ministério do Turismo. Brasília, 10 ago. 2022b. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/conheca-a-historia-do-brasil-pela-rota-turistica-do-nordeste>. Acesso em: 26 out. 2023.

OLIVEIRA, Felipe Moura de; NICKEL, Bárbara; KALSING, Janaína. A notícia contada, explicada e conversada: colaboração e mediação no jornalismo praticado em podcast no Brasil. **Fronteiras: Estudos Midiáticos**, São Leopoldo, RS, v. 22, n. 3, p. 148-160, set./dez. 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.4013/fem.2020.223.12>. Acesso em: 7 abr. 2023.

OLIVEIRA FILHO, José Hildo de. O cinema narrativo, a psicanálise e o feminismo sob a perspectiva de Laura Mulvey. **Habitus**, Rio de Janeiro, v. 10, n. 1, p. 38-49, 2012. Disponível em: <https://revistas.ufrj.br/index.php/habitus/article/view/11369>. Acesso em: 4 nov. 2023.

PAGEL, Geovana Cleni. **Redes feministas: movimentos de mulheres no século XXI a partir de suas insurgências nas redes sociais**. 2020. 165 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Semiótica) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2020. Disponível em: <https://repositorio.pucsp.br/jspui/handle/handle/23251>. Acesso em: 4 nov. 2023.

PAPO DELAS PODCAST. **Cotidiano com humor**. [S. l.], 9 maio 2023. Twitter: @papo_delas. Disponível em: https://twitter.com/papo_delas. Acesso em: 14 abr. 2023.

PARÁ (Estado). Secretaria de Comunicação. **Semas abre processo seletivo simplificado para diferentes níveis**. Belém, 27 jan. 2023. Disponível em:

<https://agenciapara.com.br/audio/4765/semas-abre-processo-seletivo-simplificado-para-diferentes-niveis>. Acesso em: 28 jan. 2023.

PARANÁ (Estado). Secretaria da Educação e do Esporte do Paraná. **Espiral**. Curitiba, 2022. *Podcast*. Disponível em: <https://open.spotify.com/show/1M3WKNYIH0MyWALenxeM5>. Acesso em: 18 dez. 2022.

PARANÁ (Estado). **Seed-PR lança podcast Espiral para valorizar boas práticas de ensino na rede estadual**. Curitiba, 3 dez. 2020. Disponível em: <https://www.educacao.pr.gov.br/Noticia/Seed-PR-lanca-podcast-Espiral-para-valorizar-boas-praticas-de-ensino-na-rede-estadual>. Acesso em: 18 dez. 2022.

PESSOA, Sônia Caldas. Goffman: a fronteira sutil entre a fala cotidiana e a locução no rádio. *In*: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 31., 2008, Natal. **Anais [...]**. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-0840-1.pdf>. Acesso em: 22. set. 2021.

PIEDADE, Vilma. **Dororidade**. São Paulo: Editora Nós, 2017.

PINHEIRO, Roseane Arcanjo; MUSTAFÁ, Izani Pibernat; SILVA, Gessiela Nascimento da. Análise audioestrutural do podcast: uma proposta metodológica para formatos sonoros. **Revista Âncora**: Revista Latino-Americana de Jornalismo, João Pessoa, ano 8, v. 8, n. 2, p. 148-166, jul./dez. 2021. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/ancora/article/view/60148>. Acesso em: 28 set. 2023.

PODCAST BRASIL. **Podcast Brasil**. [S. l.], 2023. Twitter: @PodcastBrasil. Disponível em: https://twitter.com/hashtag/podcastbrasil?src=hashtag_click. Acesso em: 18 abr. 2023.

POPULAÇÃO que se declara preta sobe para 10,6% em 2022, diz IBGE. **G1**, [S. l.], 16. jun. 2023a. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/noticia/2023/06/16/populacao-que-se-declara-preta-sobe-para-106percent-em-2022-diz-ibge.ghtml>. Acesso em: 27 ago. 2023.

POPULAÇÃO que se declara preta subiu mais de 40% na BA nos últimos 10 anos, diz IBGE. **G1**, [S. l.], 16 jun. 2023b. Disponível em: <https://g1.globo.com/ba/bahia/noticia/2023/06/16/populacao-que-se-declara-preta-sobe-na-ba-em-2022.ghtml>. Acesso em: 27 ago. 2023.

PRIMO, Alex Fernando Teixeira. Para além da emissão sonora: as interações no podcasting. **Intexto**, Porto Alegre, v. 2, n. 13, p. 1-23, jul./dez. 2005. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/intexto/article/view/4210>. Acesso em: 2 jul. 2023.

RABAY, Gloria; SOUZA, Allyne Camylla Paz de. A ausência de jornalistas negras no mercado de trabalho no Rio Grande do Norte. *In*: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 44., 2022, João Pessoa. **Anais [...]**. Disponível em: <https://www.portalintercom.org.br/anais/nacional2022/resumo/0807202219161162f039ab592ba>. Acesso em: 14 jul. 2023.

RÁDIO NOVELO. **Originais**: podcasts desenvolvidos inteiramente pela Rádio Novelo. Rio de Janeiro, [2019a]. Disponível em: <https://radionovelo.com.br/originais/>. Acesso em: 27 mar. 2023.

RÁDIO NOVELO. **Rádio Novelo apresenta**. Rio de Janeiro, [2019b]. Disponível em: <https://radionovelo.com.br/>. Acesso em: 20 abr. 2023.

RATTS, Alex (Org.). **Beatriz Nascimento**: uma história feita por mãos negras. Rio de Janeiro: Zahar, 2021.

RELLSTAB, Clara Cavalcanti. Audiodocumentário na era dos podcasts: um estudo de caso sobre "praia dos ossos" e "retrato narrado". *In*: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 44., 2021, [S. l.]. **Anais [...]**. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2021/resumos/dt4-rm/clara-cavalcanti-rellstab.pdf>. Acesso em: 25 nov. 2023.

RELLSTAB, Clara Cavalcanti. Gêneros radiofônicos na podosfera: como os formatos têm sido adaptados aos podcasts. *In*: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 45., 2022, João Pessoa. **Anais [...]**. Disponível em: <https://www.portalintercom.org.br/anais/nacional2022/resumo/0807202220440862f04e48ccb7>. Acesso em: 19 abr. 2023.

RIBEIRO, Djamila. **O que é lugar de fala?** Belo Horizonte: Letramento, 2017. Coleção Feminismos Plurais.

RIBEIRO, Regiane. Mulheres negras e mundo do trabalho: interseccionalidades (im)possíveis nas séries originais Netflix. *In*: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 29., Campo Grande, 2020. **Anais [...]**. Campinas, SP: Galoá, 2020. Disponível em: <https://proceedings.science/compos/compos-2020/trabalhos/mulheres-negras-e-mundo-do-trabalho-interseccionalidades-impossiveis-nas-series?lang=pt-br>. Acesso em: 30 nov. 2023.

RODRIGUES, Cristiano; FREITAS, Gonçalves Viviane. As vozes de mulheres negras em três tempos. *In*: CORRÊA, Laura Guimarães (Org.). **Vozes negras em comunicação**: mídias, racismo, resistências. Belo Horizonte: Autêntica, 2019. p. 75-91.

ROSÁRIO, Nisia Martins do. Cartografia na comunicação: questões de método e desafios metodológicos. *In*: MOURA, Cláudia Peixoto de; LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (Orgs.). **Pesquisa em comunicação**: metodologias e práticas acadêmicas. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2016. p. 175-194.

SALES, Suelwellyn Cassimiro; NUNES, Patrícia de Souza. Mídia feminista negra: uma análise das narrativas interseccionais produzidas no Kilombas Podcast. **Temática**, João Pessoa, v. XVIII, n. 3, p. 64-80, mar. 2022. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/index.php/tematica/article/view/62354>. Acesso em: 10 mar. 2023.

SALEMME, Maria Filomena. Podcast no ambiente corporativo: a mídia sonora que se transforma em ferramenta de marketing para empresas. *In*: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 42., Belém, 2019. **Anais [...]**. Disponível em:

<https://www.portalintercom.org.br/anais/nacional2019/resumos/R14-1747-1.pdf>. Acesso em: 10 abr. 2023.

SALOMÃO, Mozahir. **Jornalismo radiofônico e vinculação social**. São Paulo: AnnaBlume, 2003.

SALVADOR (Município). **Podcast aborda a atuação do procurador durante a pandemia**.

Salvador, 2020. Disponível em:

<http://apms-ba.com.br/podcast-aborda-atuacao-do-procurador-durante-pandemia/#:~:text=O%20podcast%20%E2%80%9CMomentos%E2%80%9D%20dessa%20vez,a%20procuradora%20Dgeral%20Luciana%20Rodrigues>. Acesso em: 13 fev. 2023.

SANTAELLA, Lucia. O projeto de pesquisa e seus passos. *In*: SANTAELLA, Lucia.

Comunicação e pesquisa: projetos para mestrado e doutorado. São Paulo: Hacker Editores, 2001. p. 153-189.

SANTOS, Céres Marisa Silva dos. Pesquisa ativista e a comunicação de ONGs de mulheres negras brasileiras. **Extraprensa**, [S. l.], v. 11, n. esp, p. 23-36, 2018. Disponível em:

<https://doi.org/10.11606/extraprensa2018.146036>. Acesso em: 13 mar. 2024.

SANTOS, Luan Correia Cunha. Podcast e hibridização: a historicidade do conceito de podcast em trabalhos de pós-graduação no campo da comunicação no Brasil. *In*:

CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 45., 2022, João Pessoa. **Anais** [...]. Disponível em:

<https://portalintercom.org.br/anais/nacional2022/resumo/0804202220383762ec587ddede6.pdf>. Acesso em: 22 ago. 2023.

SANTOS, Richard. **Maioria minorizada**: um dispositivo analítico de racialidade. Rio de Janeiro: Telha, 2020. Coleção Pensamento Negro Contemporâneo.

SANTOS, Ana Carolina Lima; FERREIRA, Sarah Gonçalves. Escravidão a cores:

aproximação, reconhecimento e acolhimento da humanidade dos sujeitos negros na obra de

Marina Amaral. **Lumina**, Juiz de Fora, MG, v. 14, n. 2, p. 55-73, maio/ago. 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.34019/1981-4070.2020.v14.30092>. Acesso em: 20 abr. 2023.

SANTOS, Raquel Amorim dos; BARBOSA E SILVA, Rosângela Maria de Nazaré. Racismo científico no Brasil pós-escravatura. **Revista Contemporânea de Educação**, Rio de Janeiro, v. 12, n. 25, p. 438-454, set./dez. 2017. Disponível em:

<https://doi.org/10.20500/rce.v12i25.11956>. Acesso em: 7 jul. 2023.

SÃO PAULO (Estado). **Podcasts do Governo do Estado de São Paulo**. São Paulo, 2023.

Disponível em: <https://www.saopaulo.sp.gov.br/podcasts/>. Acesso em: 20 nov. 2022.

SEGREDOS da PPK: episódio #1. Locução: Deborah Nunes e Laura Resende. [Cuiabá]:

Boca de Siri, 3 fev. 2022. *Podcast*. Disponível em:

<https://open.spotify.com/episode/0YmQCSd9XjujJCTI7h4c6w>. Acesso em: 5 jul. 2022.

SILVA, Helena Cristina Amaral. Resenha: Mchugh, Siobhán. The power of podcasting:

telling stories through sound. Sydney (Austrália): University of New South Wales Press Ltd, 2022. **Radiofonias**: Revista de Estudos em Mídia Sonora, Mariana, MG, v. 13, n. 3, p.

106-118, 2022. Disponível em: <https://periodicos.ufop.br/radiofonias/article/view/5362>. Acesso em: 27 ago. 2023.

SILVA, Raphael Ribeiro da. **Costurando vozes-mulheres: leitura de escritas negro-femininas: Joremir de Assis Ferreira em roda com Conceição Evaristo e Carolina Maria de Jesus**. 2020. 125 f. Dissertação (Mestrado em Letras) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2020. Disponível em: <https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/49782/49782.PDF>. Acesso em: 15 ago. 2023.

SILVA, Roberta Ribeiro da. **Mulheres negras, produção e interseccionalidade**. 2019. 153 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2019. Disponível em: <https://repositorio.pucsp.br/jspui/handle/handle/22236>. Acesso em: 15 ago. 2023.

SILVA, Antônio Carlos; CHAGAS, Luãn José Vaz. Vozes cidadãs em podcasts: redes de divulgação coletiva como alternativas à colonialidade da plataformização. *In*: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 45., 2022, João Pessoa. **Anais [...]**. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2022/resumo/0801202216395962e82c0f1722d.pdf>. Acesso em: 15 abr. 2023.

SILVA, João Djane Assunção da; OLIVEIRA, Diogo Lopes de. Audiodocumentário no cenário podcasting: por um rádio independente e de caráter social. **Radiofonias: Revista de Estudos em Mídia Sonora**, Mariana, MG, v. 11, n. 1, p. 182-199, jul./dez. 2020. Disponível em: <https://periodicos.ufop.br/radiofonias/article/view/4328>. Acesso em: 15 abr. 2023.

SILVA, Márcia Gomes da; LOPES, Paulo Fernando de Carvalho; Retornar ao passado para ressignificar o presente: inovação e potencialização da voz na podosfera negra. *In*: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 45., 2022, João Pessoa. **Anais [...]**. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2022/resumo/0804202216171362ec1b3984793.pdf>. Acesso em: 15 nov. 2023.

SILVA, Sérgio Pinheiro da.; SANTOS, Régis Salvarani dos. O que faz sucesso em podcast? Uma análise comparativa sobre os podcasts mais populares no Brasil e nos Estados Unidos em 2019. **Radiofonias: Revista de Estudos em Mídia Sonora**, Mariana, MG, v. 11, n. 1, p. 49-77, jan./abr. 2020. Disponível em: <https://periodicos.ufop.br/radiofonias/article/view/4317>. Acesso em: 26 maio 2022.

SIMON, Carolina Russo. Resenha: Dororidade, de Vilma Piedade. **Revista Latino Americana de Geografia e Gênero**, Ponta Grossa, PR, v. 12, n. 1, p. 246-250, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.5212/Rlagg.v.12.i1.0010>. Acesso em: 15 nov. 2022.

SOUZA, Leila Lima de. Mulheres negras na produção de cidadania: estratégias através da arte e da cultura. *In*: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 30., 2021, [S. l.]. **Anais [...]**. Campinas: Galoá, 2021. Disponível em: <https://proceedings.science/compos/compos-2021/trabalhos/mulheres-negras-na-producao-de-cidadania-estrategias-atraves-da-arte-e-da-cultur?lang=pt-br>. Acesso em: 13 mar. 2023.

SPOTIFY TECHNOLOGY. **Spotify Technology S.A. to announce financial results for third quarter 2022**. [S. l.], 10 mar. 2022. Disponível em: <https://investors.spotify.com/news/news-details/2022/Spotify-Technology-S.A.-to-Announce-Financial-Results-for-Third-Quarter-2022/default.aspx>. Acesso em: 18 out. 2022.

STUMPF, Ida Regina C. Pesquisa bibliográfica. *In*: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005. p. 51-61.

TORQUATO, Chalini. Minorias, lugar de fala e direito à comunicação na mídia: entre o ativismo pela cidadania e a mercadorização de pautas sociais. **Intexto**, Porto Alegre, n. 52, p. 1-20, 2021. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.19132/1807-8583202152.104996>. Acesso em: 10 mar. 2023.

TRINCA, Mayra Deltreggia; FIGUEIREDO, Simone Pallone de. Formatos de podcasts: uma nova proposta de classificação baseada em estruturas. *In*: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 45., 2022, João Pessoa. **Anais** [...]. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2022/resumo/0805202217352562ed7f0dc794c.pdf>. Acesso em: 20 nov. 2022.

TRIVIÑOS, Augusto Nivaldo Silva. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 2008.

UNITED NATIONS EDUCATIONAL, SCIENTIFIC AND CULTURAL ORGANIZATION. **World radio day**. [S. l.], 2023. Disponível em: <https://www.unesco.org/en/days/world-radio>. Acesso em: 10 jan. 2023.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL. Comitê de Ética em Pesquisa da UFRGS. **O CEP**. Porto Alegre, 2023. Disponível em: https://www.ufrgs.br/cep/?page_id=451. Acesso em: 9 jan. 2023.

VIANA, Luana. Desafios metodológicos em pesquisas de rádio e mídia sonora: a análise crítica da narrativa em podcasts como abordagem emergente. *In*: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 45., 2022, João Pessoa. **Anais** [...]. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2022/listaGP.php?gp=27>. Acesso em: 7 abr. 2023.

VIANA, Luana. Estudos sobre podcast: um panorama do estado da arte em pesquisas brasileiras de rádio e mídia sonora. **Contracampo**, Niterói, RJ, v. 39, n. 3, p. 1-16, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.22409/contracampo.v0i0.43248>. Acesso em: 7 abr. 2023.

VIANA, Luana. O uso do storytelling no radiojornalismo narrativo: um debate inicial sobre podcasting. **Rumores**, Juiz de Fora, MG, v. 14, n. 27, p. 286-305, jan./jun. 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.11606/issn.1982-677X.rum.2020.167321>. Acesso em: 19 abr. 2023.

VIANA, Luana; ALMEIDA, Daniel. Entendendo a diferença entre interação e participação dos ouvintes do podcast “Um milkshake chamado Wanda”. **Temática**, João Pessoa, v. 17, n. 6, p. 144-156, jun. 2021. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/index.php/tematica/article/view/59702>. Acesso em: 10 jan. 2023.

VICENTE, Eduardo. Do rádio ao podcast: as novas práticas de produção e consumo de áudio. *In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS*, 27., 2018a, Belo Horizonte. **Anais [...]**. Campinas, SP: Galoá, 2018. Disponível em:

<https://proceedings.science/compos/compos-2018/trabalhos/do-radio-ao-podcast-as-novas-praticas-de-producao-e-consumo-de-audio?lang=pt-br>. Acesso em: 17 maio 2023.

VICENTE, Eduardo. Do rádio ao podcast: as novas práticas de produção e consumo de áudio. *In: SOARES, Rosana de Lima; SILVA, Gislene (Orgs.). Emergências periféricas em práticas midiáticas*. São Paulo: ECA/USP, 2018b. p. 88-107. Disponível em:

<https://www.livrosabertos.abcd.usp.br/portaldelivrosUSP/catalog/view/259/230/1027>. Acesso em: 22 nov. 2022.

VILAS BÔAS, Valéria Maria. Mulher, negra e repórter: atravessamentos entre gênero, raça, subjetividade e telejornalismo na trajetória de Glória Maria. **Revista Eco-Pós**, Rio de Janeiro, v. 23, n. 3, p. 165-184, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.29146/eco-pos.v23i3.27620>. Acesso em: 23 fev. 2024.

WALTZ, Igor. As vozes do Voz das Comunidades: considerações sobre polifonia e dialogismo no discurso da imprensa comunitária. **Fronteiras: Estudos Midiáticos**, São Leopoldo, RS, v. 19, n. 2, p. 221-232, maio/ago. 2017. Disponível em:

<https://doi.org/10.4013/fem.2017.192.07>. Acesso em: 12 dez. 2022.

WINTER, Yasmin Lisboa; VIANA, Luana. A podosfera é delas? Um panorama brasileiro sobre podcasts apresentados apenas por mulheres. **Razón y Palabra**, [S. l.], v. 24, n. 111, p. 47-61, mayo/agosto 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.26807/rp.v25i111.1796>. Acesso em: 10 nov. 2022.

WOITOWICZ, Karina Janz. Direito à comunicação e ativismo feminista: a construção de redes de mulheres na América Latina e o processo de apropriação tecnológica. **Alceu: Revista de Comunicação, Cultura e Política**, Rio de Janeiro, v. 19, n. 39, p. 62-74, jul./dez. 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.46391/ALCEU.v20.ed39.2019.35>. Acesso em: 20 abr. 2023.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 2. ed. Rio de Janeiro: Bookman, 2001. Disponível em:

https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/6598416/mod_resource/content/1/Livro%20Robert%20Yin.pdf. Acesso em: 25 mar. 2023.

APÊNDICE 1 - Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE)

Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE)

Eu, _____, reconheço que aceitei por meio de convite a participar da pesquisa que tem como título, “a presença de mulheres negras em *podcasts* brasileiros”, realizada pela discente de mestrado Valesca Silva de Deus. Fui informada que a dissertação tem como objetivo geral, compreender a atuação e trajetória de cinco *podcasters* negras, considerando as diferenças culturais e regionais das regiões Norte, Nordeste, Centro-Oeste, Sudeste e Sul às quais pertencemos. Eu aceito colaborar com o estudo a partir do meu relato pessoal, com questões pré-estabelecidas pela pesquisadora com toda autonomia necessária para não responder alguma questão, por eventual constrangimento ou incômodo.

Eu compreendi que as informações propostas nesta pesquisa serão para utilidade acadêmica, que se propõe a contribuir teoricamente com o registro de dados de mulheres negras inseridas em *podcasts* brasileiros, também considerando a diversidade social de cada região. Entendendo que os resultados desta investigação poderão ser publicados em formato de dissertação de mestrado no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PPGCOM/UFRGS), somado a artigos, livros e trabalhos de viés científico e acadêmico. Eu compreendo que a entrevista será realizada por meio de videochamada na plataforma Zoom, pela justificativa das diferenças regionais. Este material será armazenado para análise e descrição de dados, sabendo que se por sensações de perturbação ou sentimentos desconfortáveis, poderei me ausentar da ligação a qualquer momento, sem nenhuma ação punitiva ou satisfação.

Estou ciente que minha contribuição beneficia na compreensão das práticas de produção de *podcasts*, do meu entendimento como mulher negra na Comunicação. Também entendo que poderei ter riscos de conexões via internet, pelo procedimento proposto. Tenho segurança que terei acesso a todas as informações e esclarecimentos em relação aos resultados da investigação. Tenho noção de que o estudo é orientado pela professora doutora Elisa Piedras, docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PPGCOM/UFRGS), com financiamento público pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), responsável por avaliar, acompanhar, fomentar e induzir cursos de pós-graduação *stricto sensu* no Brasil.

Para minha segurança fui informada que posso entrar em contato com a secretaria do Comitê de Ética em Pesquisa da UFRGS, com atendimento na Sala 311, do Anexo I do Prédio da Reitoria, no Campus do Centro da UFRGS, localizada na Av. Paulo Gama, 110 – Bairro Farroupilha em Porto Alegre no Rio Grande do Sul, CEP: 90040-060. O horário de atendimento é das 08:00 às 12:00 (manhã) e das 13:30 às 17:30 (tarde), de segunda a sexta-feira. Ou ainda utilizar os canais de comunicação através dos telefones, +55 51 3308 3787 ou WhatsApp Business: 55 513308 3787 e e-mail: etica@propesq.ufrgs.br.

Por fim, compreendo que estarei participando de forma voluntária, sem necessidade de efetuar ou receber nenhum tipo de pagamento financeiro. Eu recebi uma cópia assinada deste documento de consentimento. O Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) será guardado pelo período de cinco anos após a publicação desta pesquisa.

Porto Alegre, ____ de _____ de 2023.

Assinatura participante da pesquisa

Assinatura pesquisador responsável