

Ativismos feministas: as apropriações da mídia podcast para a mobilização e o empoderamento de mulheres no ciberespaço

Feminist activisms: the appropriations of the podcast media for the mobilization and empowerment of women in cyberspace

Activismos feministas: las apropiaciones de los medios de podcast para la movilización y empoderamiento de las mujeres en el ciberespacio

DOI: <https://doi.org/10.1590/1809-58442023110pt>

Luizy A. da Silva Carlosⁱ

📧 <https://orcid.org/0000-0002-6613-0524>

Maria Salett Tauk Santosⁱ

📧 <https://orcid.org/0000-0002-4802-0997>

ⁱ (Universidade Federal Rural de Pernambuco, Departamento de Ciências do Consumo, Programa de Pós Graduação em Consumo, Cotidiano e Desenvolvimento Social. Recife – PE, Brasil).

Resumo

Este artigo tem como objetivo analisar as apropriações da mídia *podcast* como meio de comunicação no contexto das lutas emancipatórias das mulheres na contemporaneidade. Especificamente, o que se pretende compreender é se as mensagens veiculadas pelo *Olhares Podcast* contribuem para ampliar a luta das ouvintes feministas no ciberespaço, empoderando e mobilizando mulheres. A pesquisa ancora a sua abordagem teórica em autores como Castells (2013, 2017), Cremades (2009), Alvarez (2014) e Costa (2018). Trata-se de um estudo de caso que utiliza técnicas de netnografia combinadas à coleta de dados a partir de entrevistas realizadas com ouvintes e a produtora do programa. A abordagem netnográfica se faz presente devido ao peso do componente online do objeto do estudo. A pesquisa aponta o potencial do podcast como mídia para engajamento, empoderamento e formação de mulheres,

principalmente, se alinhado a outras estratégias que usam a força mobilizadora dos relatos pessoais como motor de conexão entre mulheres.

Palavras-chave: Feminismo online. Ativismos feministas. Lutas feministas contemporâneas. Podcast. Consumo de mídia.

Abstract

This article aims to analyze the appropriations of the podcast media as a means of communication in the context of contemporary women's emancipatory struggles. Specifically, what we want to understand is whether the messages conveyed by the *Olhares Podcast* contribute to broaden the struggle of feminist listeners in cyberspace, empowering and mobilizing women. The research anchors its theoretical approach in authors such as Castells (2013, 2017), Cremades (2009), Alvarez (2014) and Costa (2018). This is a case study that uses netnography techniques combined with data collection based on interviews with listeners and the program's producer. The netnographic approach is present due to the weight of the online component of the object of study. The research points to the potential of the podcast as a medium for the engagement, empowerment and training of women, mainly in line with other strategies that use the mobilizing force of personal reports as a connection engine between women.

Keywords: Online feminism. Feminist activism. Contemporary feminist struggles. Podcast. Media consumption.

Resumen

Este artículo tiene como objetivo analizar las apropiaciones del *podcast* como medio de comunicación en el contexto de las luchas emancipadoras de las mujeres contemporáneas. De verdad, lo que queremos comprender es si los mensajes que transmite *Olhares Podcast* contribuyen para ampliar la lucha de las oyentes feministas en el ciberespacio, empoderando y movilizándolo a las mujeres. La investigación se basa teóricamente en autores como Castells (2013, 2017), Cremades (2009), Alvarez (2014) y Costa (2018). Este es un estudio de caso que utiliza técnicas de netnografía combinadas con la recopilación de datos a partir de entrevistas realizadas con los oyentes y la productora del programa. El enfoque netnográfico está presente por el peso del componente online en el estudio. La investigación apunta al potencial del podcast como medio para el compromiso, empoderamiento y formación de las mujeres, principalmente en línea con otras estrategias que utilizan la fuerza mobilizadora de los informes personales como motor de conexión entre mujeres.

Palabras clave: Feminismo en línea. Activismos feministas. Luchas feministas contemporáneas. Podcast. Consumo de medios.

Introdução

O advento das Tecnologias de Comunicação e Informação (TICs) e o surgimento da internet abrem um campo de novas possibilidades de produção e circulação de conteúdos. Nesse caminho, diversas pautas de movimentos sociais, que não tinham espaço ou a abordagem

mais adequada na mídia hegemônica, vêm ganhando destaque na última década e trazendo sua problemática para esse novo território.

Castells (2013) destaca as redes sociais como espaços de autonomia onde se pratica a autocomunicação, ou seja, a produção da mensagem é decidida de modo autônomo pelo remetente. Nesta direção e no sentido mais amplo, a internet vem se transformando em uma grande arena de debates sobre questões ligadas ao movimento Feminista em sua pluralidade, considerando suas pautas identitárias e seu caráter interseccional.

A internet também tem se transformado no palco de grandes transformações nos aspectos de produção e circulação de conteúdo. Para Castells (2013), essa mudança do ambiente comunicacional tem efeitos importantes na vida social contemporânea e afeta diretamente as normas de construção de significados e, portanto, a produção de relações de poder.

CremaDES (2009) assinala que a tecnologia e seus aparelhos móveis conectados à internet devolveram ao sujeito cotas de poder outrora dominadas pelo Estado e outras instituições, como a igreja e o mercado. O autor espanhol chama de Revolução do Micropoder esse “reconhecimento sem precedentes do poder que o indivíduo tem por participar de um projeto coletivo que está mudando a sociedade em que vivemos” (CREMADES, 2009, p. 17).

Neste cenário, diversas mídias já consolidaram terreno no campo das lutas emancipatórias feministas, como blogs, zines, canais audiovisuais, entre outras. Um dos blogs feministas mais conhecidos no país é o *Think Olga*¹. A Olga é uma ONG feminista criada em 2013 com o objetivo de empoderar mulheres por meio da informação. Essa organização é responsável por campanhas que tiveram grande repercussão nas redes sociais e fora do campo virtual, como a #ChegaDeFiuFiu, campanha contra o assédio sexual em espaços públicos, e #MeuPrimeiroAssédio que gerou um grande fluxo de compartilhamento de relatos pessoais sobre assédio na infância e adolescência.

É nesta mesma direção que o portal *Azmina*² desenvolve o seu trabalho. A instituição, sem fins lucrativos, realiza um projeto de empoderamento de mulheres por meio de informação e educação feminista independente, tendo como objetivo usar a informação no combate aos diversos tipos de violência que atingem as mulheres brasileiras.

As lutas feministas também ganharam força no campo do audiovisual. No YouTube, é grande o número de canais que abordam temáticas feministas e LGBTQIA+, a exemplo dos canais *Não me Kahlo*³ e o *Canal das Bee*⁴. Com nome alusivo à pintora mexicana Frida Kahlo, o portal *Não me Kahlo* tem como missão difundir conhecimento sobre questões de gênero e conta com cerca de quatro mil assinantes no canal. Já o *Canal das Bee*, no ar desde 2012, é um dos mais conhecidos e bem articulados canais do Brasil e sua proposta é ser um espaço contra a homofobia e contra todos os preconceitos.

1 Disponível em: <https://thinkolga.com>.

2 Disponível em: <https://azmina.com.br>.

3 Disponível em: <https://www.naomekahlo.com>.

4 Disponível em: <https://www.youtube.com/CanalDasBee>.

Não é de hoje que se faz uso das mídias para fortalecer a luta das mulheres. Panfletos, jornais, rádio e televisão foram utilizados, em diversos contextos na história do movimento de mulheres, para fazer frente às questões feministas na busca de sensibilizar a sociedade para essa agenda. Exemplo desses usos são os jornais alternativos *Nosotras* e *Brasil Mulher*, pioneiros por abrir o debate feminista nessa mídia; o programa radiofônico *Viva Maria*, surgido na década de 1980 e que abria espaço para a expressão de direitos civis, políticos e sociais das mulheres; e os programas televisivos *Malu Mulher* (veiculado na TV Globo entre os anos de 1979 e 1980, tendo Regina Duarte como protagonista retratando a vida de Malu, uma mulher recém divorciada lutando pela sua nova vida na condição de mulher emancipada), e o *TV Mulher* (1980 - 1986), apresentado pela jornalista Marília Gabriela, que discutia os papéis da mulher na sociedade moderna.

Já no contexto de crescimento e fortalecimento de lutas feministas no campo virtual, o podcast se apresenta como mais um canal de reforço desse conteúdo. Entretanto, sendo uma mídia sonora, carrega em si características específicas que resgatam a força da palavra oralizada num mundo de constantes estímulos visuais.

O podcast como mídia surge nos Estados Unidos da América em 2004 e, no mesmo ano, chega ao Brasil. Atualmente, vive um momento de ascendência e um cenário de solidez e maturidade com a chegada e os investimentos de grandes *players* como Spotify, Globoplay, Deezer, entre outros. Apesar de todo esse contexto mercadológico favorável ao crescimento dos podcasts, a face que nos interessa nesse estudo realizado está distante das métricas do mercado. O olhar aqui está direcionado para os usos políticos dessa mídia e de suas apropriações por grupos e movimentos historicamente silenciados.

De uma maneira geral, podcasts podem ser definidos como programas de áudio sob demanda. Segundo Bufarah Junior (2020), podcast pode ser conceituado como sendo a disseminação de arquivos digitais de áudio através da *web*, com periodicidade e fazendo uso de tecnologia de indexação *RSS*. É uma mídia que se apresenta como um território rico em formatos e possibilidades de criação, sendo o mais comum no Brasil o formato de mesa redonda. Essa variedade também é sentida quando se trata de conteúdo. Para produtores, são inúmeras as possibilidades de criar conteúdo de nicho sobre qualquer tema ou área. Para quem ouve, existem programas de temáticas diversas, desde conteúdos sobre política, até mesmo para aprender novos idiomas.

Medeiros (2005) aponta para a liberdade que o ouvinte de podcast tem ao poder escolher o programa que gosta e quer ouvir, e também quando essa escuta será feita. O autor evoca ainda um ponto chave da mídia, que é seu caráter disruptivo. Ou seja, a ideia de ruptura com os padrões já estabelecidos no mercado, ao constatar que o ouvinte, apropriado de ferramentas digitais, é cada dia mais autônomo e exigente, não mais se rendendo às imposições das mídias tradicionais. Pelo contrário, agora esse ouvinte é um sujeito ativo que infere na produção e se engaja no consumo e na distribuição do conteúdo que lhe interessa.

Assis (2014) chama a atenção para a experiência auditiva proporcionada pelo podcast. Para o autor, o podcast transcende a dimensão temporal e as limitações espaciais naturais das

relações com mídias como o rádio e a própria internet. Isso porque o ouvinte, por meio do *feed*, pode ter acesso a esse conteúdo de qualquer lugar e a qualquer tempo. É o que, de acordo com Massarelli e Perrotta (2006), pode ser chamado de escuta assíncrona. E não apenas ter acesso, mas também pode inserir esse conteúdo no seu cotidiano e consumi-lo no seu ritmo e de acordo com sua intenção. Esse caráter mais flexível da mídia é bastante compatível com a dupla jornada que marca a rotina de nós, mulheres, facilitando o acesso ao conteúdo de acordo com a disponibilidade de cada uma.

Há uma tendência crescente de mulheres, seja produzindo ou consumindo, interessadas em fazer uso desse espaço que pode ser usado como um lugar de resistência feminista e de prática de cidadania. O podcast tem sido utilizado por mulheres com o intuito de construir uma base de ouvintes militantes e aparenta ser uma ferramenta poderosa de mobilização e engajamento destas com suas diferentes bandeiras e lutas.

Aqui, é importante ressaltar que a perspectiva do presente estudo tem como norte a ideia da mídia podcast como um lugar de intercâmbio de saberes e como um espaço de construção de cidadania, fazendo uso do termo utilizado por Bonini (2020), que compreende o podcast como prática cultural emancipatória. Partindo desses pressupostos, o objetivo do presente estudo é analisar as apropriações da mídia podcast pelas mulheres em suas lutas emancipatórias a partir das seguintes indagações: até que ponto as mensagens do programa influenciam no movimento emancipatório das mulheres? E como os usos do podcast podem contribuir para ampliar a luta feminista para outras esferas?

Metodologia

A pesquisa caracteriza-se como um estudo de caso, no qual se privilegiou a análise qualitativa combinada com técnicas da netnografia. Segundo Kozinets (2004), a netnografia é uma forma especializada de etnografia que utiliza comunicações mediadas por computador como fonte de dados para chegar à compreensão e à representação etnográfica de um fenômeno cultural na Internet. Sua abordagem é adaptada para estudar fóruns, grupos de notícias, blogs, redes sociais, etc., além de comunidades e culturas online e outras formas de comportamento social eletrônico, considerando especificidades do ambiente digital.

O estudo foi realizado utilizando-se de uma combinação de técnicas de coleta de dados que contemplou, além do levantamento e entrevistas *online* com roteiro semiestruturado entre ouvintes e a produtora de conteúdo do podcast em destaque, a análise das redes sociais do programa. A rede escolhida para esta investigação foi o Instagram, rede social online de compartilhamento de fotos e vídeos.

As entrevistas com as participantes do estudo, dez no total, sendo nove ouvintes e a produtora do podcast, foram realizadas entre os meses de março e abril de 2020, no contexto de isolamento social imposto pela pandemia da COVID-19. Para esta técnica, desenvolveu-se um roteiro semiestruturado para a conversa com a idealizadora, produtora e apresentadora do

podcast, Aline Hack. O documento foi desenvolvido em três blocos, no sentido de traçar o perfil da idealizadora, compreender os usos que ela faz da mídia podcast e analisar os desdobramentos dos conteúdos produzidos pelo programa na sua militância, bem como entender as estratégias utilizadas para a produção dos programas.

Um roteiro semelhante foi produzido para a entrevista com as ouvintes participantes. Estas foram selecionadas e convidadas a participar do estudo tendo como base suas interações com o perfil do programa no Instagram. Também dividido em três blocos buscava: identificar o perfil das participantes, o que inclui faixa etária, escolaridade, profissão e aspectos geográficos; entender a relação delas com as mídias tradicionais e com o podcast; e perceber como as ouvintes participantes avaliam os usos do podcast em relação ao empoderamento de mulheres e à expansão de suas lutas.

Concomitante a esta etapa, o foco voltou-se para o perfil do *Olhares Podcast* no Instagram. O período escolhido para analisar as interações da(o)s usuária(o)s naquele ambiente virtual, foi entre os meses de junho e novembro de 2019. Recorte de tempo feito, observamos o engajamento dos seguidores nas postagens dessa rede social para analisar a quantidade de curtidas e interações via comentários no conteúdo publicado pela equipe. É válido salientar o crescimento do conteúdo feminista no Instagram, servindo muitas vezes como mídia complementar a outros espaços de conteúdo digital, como blogs, plataformas de vídeo (YouTube) e a própria mídia podcast.

Diante disso, a abordagem netnográfica se faz presente devido ao fato de termos o componente online como ferramenta para o estudo. As observações partem das relações existentes no campo virtual para a compreensão de aspectos do cotidiano de usuários, que estabelecem trocas e relações comunicacionais no ciberespaço, mediados pelas TICs.

Olhares Podcast

Principal produto do portal homônimo, o *Olhares Podcast* é um projeto feminista que “busca atribuir novos olhares evidenciando as lutas, a participação social, as ações afirmativas e as conquistas das mulheres” (OLHARES..., 2020). O programa, que existe desde 2017, é uma iniciativa independente, apresentado pela advogada e ativista Aline Hack e com publicação quinzenal. Cada episódio tem duração média de 45 minutos a uma hora.

O primeiro episódio foi ao ar no dia 08 de março de 2017, como parte das atividades em alusão à luta no Dia Internacional das Mulheres. Nos seus anos de atuação, o podcast já abriu diálogo e deu voz a mulheres transgênero, negras, indígenas, refugiadas, cristãs, membros de coletivos populares, acadêmicas etc., além de levantar discussões e debates sobre temas atuais e relevantes numa perspectiva interseccional.

O site do projeto também conta com colunas de opinião e oferece um conteúdo exclusivo, via *newsletter*, para apoiadoras e apoiadores financeiros da iniciativa. Destaque para assuntos como: maternidade e feminismo; aborto e direitos reprodutivos; gordofobia; divisão sexual do trabalho; mulheres e tecnologia; democracia, participação e transformação social; mulheres e

o espaço político e, durante o contexto da pandemia pelo COVID-19, feminismo, quarentena e pós-pandemia.

O perfil das entrevistadas

A faixa etária das participantes da pesquisa varia entre 19 e 48 anos. Elas estão distribuídas em vários estados do país, apresentando a seguinte configuração regional: Nordeste, com uma entrevistada do estado da Bahia; Sudeste, com sete entrevistadas, sendo três de São Paulo, duas de Minas Gerais e do Rio de Janeiro, respectivamente; e Centro-oeste, com duas participantes do Distrito Federal. Outro ponto importante, no que tange ao aspecto territorial, é que oito das participantes vivem em grandes cidades ou capitais e duas delas no interior. Esse marcador foi utilizado no sentido de compreender se há pontos convergentes ou divergentes de expressões de ativismos feministas em áreas urbanas ou rurais.

Quanto ao aspecto da escolaridade, observou-se que todas as participantes possuem pelo menos graduação, seja em andamento ou já concluída. Seis delas possuem pós-graduação: especialização, mestrado ou doutorado. Quanto à atuação profissional, as entrevistadas trabalham em áreas como comunicação, relações internacionais, educação, saúde e no campo jurídico.

Quadro 1 – Perfil das entrevistadas

	Idade	Escolaridade	Estado	Atividade remunerada	Área de atuação profissional
Participante 1	27	Graduação	SP	Sim	Professora
Participante 2	33	Graduação	SP	Sim	Farmacêutica
Participante 3	20	Graduação	MG	Sim	Estagiária
Participante 4	38	Doutorado	RJ	Sim	Defensora Pública
Participante 5	32	Pós-graduação	DF	Sim	Assessora de Advocacia
Participante 6	19	Graduação	SP	Não	Estudante
Participante 7	41	Mestrado	MG	Sim	Jornalista
Participante 8	30	Doutoranda	RJ	Sim	Professora/Bolsista CAPES
Participante 9	48	Mestrado	BA	Sim	Servidora Pública
Participante 10	35	Mestranda	DF	Sim	Advogada/Bolsista CAPES

Fonte: elaborado pelas autoras.

O podcast faz parte da rotina de todas as participantes do estudo. Ele é ouvido enquanto realizam atividades domésticas, que ainda permanecem, majoritariamente, sob os ombros femininos e também nos deslocamentos diários, seja no transporte público ou nos carros particulares. Como é uma mídia que não exige atenção absoluta, é possível ouvir seu conteúdo enquanto desenvolvem outras atividades. Isso é evidenciado na fala da participante 3 do estudo:

Eu comecei a ouvir porque é rápido e porque eu posso ouvir em qualquer lugar. Considerando que eu gasto duas horas no transporte para ir e voltar do trabalho, da faculdade, eu tenho esse tempo livre. E para que ele não fique ocioso, eu escuto. (Participante 3).

O podcast ganhou espaço no dia a dia e a simpatia das participantes por suas características e peculiaridades. As entrevistadas destacam como elementos principais da mídia a praticidade de encontrar o conteúdo e a autonomia em consumi-lo no momento possível, como apontam os relatos a seguir:

Eu acho que a praticidade é que me cativa. Me chama atenção você conseguir tá conectada a esse tipo de informação com facilidade, em qualquer lugar e em qualquer horário do dia (Participante 1).

Tudo eu aproveito ali para escutar. Lavar louça, fazer a janta, ir no ônibus. Eu sou uma criatura hiperativa. Eu vou fazendo quinhentas coisas ao mesmo tempo. Então, eu coloco o podcast e vou ouvindo e vou fazendo mais um monte de coisa (Participante 5).

Eu poder baixar e ouvir no meu tempo. Ainda que alguém coloque às oito da manhã, mas se eu só puder ouvir às seis da tarde, vai tá disponível. Para mim é interessante essa disponibilidade para eu adaptar ao meu tempo (Participante 4).

O caráter didático da mídia podcast é um elemento que também ganhou destaque entre as participantes. Este aspecto é apontado como facilitador da compreensão do conteúdo, sendo, muitas vezes, o primeiro contato delas com o assunto:

Eu gosto muito da relação que tem de levar informação, de levar conteúdo de uma forma fácil, de uma forma simplificada. Tinha até comentado isso, de no Youtube você precisar de um cenário e você precisar tá arrumado. Então, no podcast você só fala, você traz a informação mais simplificada. Então é versátil (Participante 1).

Como as pessoas leem pouco hoje em dia, porque não tem tempo, porque não tem hábito mesmo... enfim. O podcast é uma alternativa muito boa (Participante 5).

As TICS nas novas práticas feministas

A comunicação e as TICS são temas que se revelam centrais para compreender a pluralidade do movimento feminista no Brasil e no mundo. De todo modo, por mais que se considere o caráter democrático da internet, não se pode deixar de pensar que esse acesso, por si só, não garante nenhuma mudança na estrutura patriarcal que nos sustenta. Neste sentido, o estudo dialoga com Wolton (2012, p. 184) quando, em sua reflexão sobre a internet, ele afirma que “as novas tecnologias não são suficientes para mudar a sociedade, isto é, modificar a organização social e o modelo cultural da comunicação”. Logo, é preciso considerar, para além da dimensão inovadora, a dimensão social da tecnologia.

Esse debate sobre gênero e tecnologia é permanente, principalmente com a melhoria nas condições estruturais e de acesso à internet e a essas novas ferramentas de comunicação. As redes sociais têm papel fundamental nisso, pois, visto da sua configuração, proporcionam novas formas de articulação e um debate mais horizontalizado. Castells (2017) chama de Cultura da Autonomia, referindo-se à capacidade de um ator social tornar-se sujeito ao definir sua ação em torno de projetos elaborados independentemente das instituições da sociedade, segundo seus próprios valores e interesses (Castells, 2017). Nesse sentido, o exercício da autonomia é mister nas ações de movimentos sociopolíticos na contemporaneidade.

Para Castells (2017, p. 199),

Os movimentos sociais em rede de nossa época são amplamente fundamentados na internet, que é um componente necessário, embora não suficiente da ação coletiva. As redes sociais digitais baseadas na internet e nas plataformas sem fio são ferramentas decisivas para mobilizar, organizar, deliberar, coordenar e decidir. Mas o papel da internet ultrapassa a instrumentalidade: ela cria as condições para uma forma de prática comum que permite a um movimento sem liderança sobreviver, deliberar, coordenar e expandir-se.

Castells (2017, p. 193) também destaca o caráter local e global, de modo simultâneo, desses movimentos em rede: “começam em contextos específicos, por motivos próprios, constituem suas próprias redes e constroem seu espaço público ao ocupar o espaço urbano e se conectar às redes da internet” .

Como exemplo desses movimentos que surgem em contextos locais, temos, em 2011, no Canadá, a insurgência da Marcha das Vadias (*Slut Walk*), que logo ganhou as redes e as ruas de diversos países. Não foi diferente aqui no Brasil. Em várias cidades vemos a atuação de coletivos feministas que marcham nas ruas tendo como mote e norte de luta o que é pregado pelo movimento. Fazendo uso dos corpos como ferramenta política, visibilizando seus discursos e impactando a sociedade nas dimensões offline e online.

Alvarez (2014) afirma que o feminismo nas redes se articula como que por teias político-comunicativas feministas, com práticas horizontais e multimodais, mesclando campos de atuação e interagindo com outros grupos feministas, evidenciando um caráter de transversalidade do movimento. Para Costa (2018), a insurreição feminista foi a que mais se beneficiou da lógica descentralizada das redes. Segundo as autoras, para dar conta da diversidade dos feminismos, as redes se mostraram uma base suficientemente flexível para articular as múltiplas posições identitárias feministas dentro das lógicas interseccionais indispensáveis para a expressão dos novos ativismos das mulheres.

Bogado (2018) aponta que há pelo menos dois pontos a serem destacados sobre os modos de organização dos ativismos contemporâneos e que tem o feminismo atual como seu representante:

Por um lado, a priorização total do coletivo. Por outro, uma linguagem política que passa pela performance e pelo uso do corpo como a principal plataforma de expressão. Esses são os elementos que se notam à primeira vista nas novas manifestações feministas (BOGADO, 2018, p. 32).

Outro elemento forte que atravessa essas novas formas de ação feminista nas redes é a identificação. Os relatos individuais afetam o outro, geram empatia e, muitas vezes, provocam uma reação. Isso pode ser observado nas inúmeras campanhas online mobilizadas pelo uso das *hashtags*, que muitas vezes começam a partir de um relato pessoal que foi amplificado pelas redes.

Costa (2018, p. 46) chama isso de força mobilizadora dos relatos pessoais, um dos principais instrumentos políticos do feminismo em rede. Além de gerar uma mobilização, esses relatos impactam sujeitos e provocam reflexões pessoais no dia a dia, que geram empatia e se desdobram no coletivo. Isso pôde ser observado em diversos relatos das participantes ao ouvirem podcasts feministas, como o *Olhares Podcast*. Para elas, a escuta dos relatos de outras mulheres as faz sentir-se próximas, partilhando um sentimento, de certa maneira, de coletivo, em que o principal objetivo é romper com a ideia de que se está sozinha e demonstrar solidariedade, sororidade e apoio:

Ao ouvir mulheres [...], você se sente como se você estivesse construindo um diálogo. Como se tivesse ali trocando suas experiências com essas mulheres. Isso é muito rico, muito empoderador. Essa sensação de partilha (Participante 7).

Então, eu gosto cada vez mais de ouvir mais mulheres, conhecer mais mulheres, trocar essas experiências. Porque é muito importante pra gente perceber que a gente não tá sozinha, que essas dores são todas compartilhadas (Participante 5).

Outro aspecto analisado foi o potencial de contribuição do podcast na vida e na luta das mulheres. As entrevistadas reconhecem a importância do conteúdo e destacam contribuições nas

dimensões do autoconhecimento, da transformação pessoal e também do acesso à informação para ter repertório sobre os feminismos:

E isso ajuda também no dia a dia porque uma pessoa que conhece, que entende, que vai absorvendo o que tá escutando também pode gerar uma transformação pessoal (Participante 1).

Leva a gente a pensar de maneira diferente, de pontos de vista diferentes. E isso a gente leva pra vida, né? Para a gente questionar coisas que normalmente sozinha a gente não questionaria. Então, leva a gente, na nossa própria vida, a repensar relações com as pessoas ou olhar para nós mesmos, as nossas atitudes, a maneira como a gente pensa, como a gente age, como a gente se cuida, como interage (Participante 2).

Eu acredito que nenhuma revolução se faz sem conhecimento, sabe? Acho que o podcast pode ajudar profundamente para as questões com as quais a gente luta. Assim, como o podcast é uma ferramenta de democratização de acesso à informação, ele é muito importante. Ele pode ser uma ferramenta, assim, bastante importante, justamente por ser uma ferramenta de disseminação de conteúdos (Participante 5).

Fragilidades da mídia podcast

Apesar das diversas evidências da força e do potencial de impulsionar lutas dentro e fora do podcast, e dos seus desdobramentos na esfera pública, é importante considerar algumas fragilidades dos usos dessa mídia. Essa reflexão foi reiterada por várias participantes que, mesmo entusiastas e conscientes do papel desempenhado pelos podcasts na formação e militância, destacam que é preciso ir além dele para, de fato, avançar na luta feminista:

Eu acho que o podcast ele é um suporte, mas só um suporte. Ele não pode ser único. Ele é um espaço interessante para você conhecer conteúdo, para você conhecer espaços de fala, mas o feminismo ele se aplica na vida offline, né? Não adianta a gente ser uma pessoa militante que só escuta podcast e se diz militante. A militância ela não pode se exaurir só na escuta do podcast. Ela tem que ir pra fora dele. Tem que fazer com que as pessoas participem de marchas, de passeatas, que elas conheçam grupos e coletivos dentro de suas regiões; que elas possam buscar grupos no Facebook ou grupos de apoio; que possam indicar pras outras pessoas; participar, viver tudo aquilo ali, né? Grupos de leitura, que possa procurar ler mais... E tudo isso. Fazer disso um movimento mais cíclico, que não acabe apenas no podcast (Participante 10).

Mesmo considerando o podcast relevante, ele ainda é uma mídia elitizada e distante da maioria da população. Apesar do *boom* do mercado atual, do crescimento do número de programas e da popularização de alguns deles neste período de isolamento social por causa da COVID-19, o cenário ideal de grande alcance popular ainda se encontra distante, como aponta o relato a seguir:

A minha questão é... Não sei se ele vai contemplar todo mundo, né? Porque podcast, mal ou bem, por mais que seja gratuito e tal, é uma mídia um pouco elitizada. Você precisa ter um aparelho, você precisa ter tempo. E de alguma forma você precisa ter algum tipo de conhecimento, ou, no mínimo, paciência, para ouvir alguém falando de alguma coisa que você nunca ouviu falar. Tem gente que trabalha muito, tem filhos, tem mil coisas pra fazer... Não vai parar pra ouvir um negócio que... Sabe? Não tem nada a ver ou não se identifica. Mas o feminismo branco, esse mais elitizado, eu acho que sim, que faz a diferença, gera debate. Agora como isso chega em algumas outras pessoas menos privilegiadas, aí já é outro assunto, né? (Participante 8).

Ainda que longe de um cenário ideal de acesso às TICs e às ferramentas de comunicação, é importante ilustrar com números o cenário brasileiro atual. De acordo com a Pesquisa Nacional de Amostras por Domicílio – a PNAD⁵ Contínua TIC de 2019 (BRASIL, 2020), somos 134 milhões de usuários de internet no país, sendo o celular o dispositivo mais usado, por 99% dos ouvidos – o que de longe aponta para o crescimento e popularidade desse dispositivo pelos brasileiros. Deste total, 58% dos entrevistados possuem acesso à internet apenas pelo celular.

A pesquisa também traz dados sobre as atividades culturais dos brasileiros na internet. Nesse universo, os destaques são para o consumo de vídeo e música, atividades mais comuns entre os usuários. Há também indicativos do consumo de podcasts, majoritariamente para usuários com perfil da Classe A (37%) e com ensino superior (26%).

Outro aspecto destacado no estudo como uma fragilidade da mídia podcast é relacionado à sua linguagem. As entrevistadas consideram fundamental usar estratégias para abordagem e engajamento dos ouvintes dessa mídia. Mesmo o podcast apresentando características relevantes como autonomia, didatismo e praticidade, não se pode esquecer o crescimento da narrativa antifeminista no país e que ocupa as redes de uma maneira orquestrada e agressiva:

Justamente pra trazer pro debate pessoas que acham que não sabem o que é feminismo, pessoas que foram cooptadas pelo debate antifeminista. Então, se o nosso desafio é provar pra essas mulheres que ser feministas não significa nada disso o que esse discurso antifeminista construiu, me parece que o podcast é uma

5 Disponível em: https://cetic.br/media/analises/tic_domicilios_2019_coletiva_imprensa.pdf

excelente oportunidade de chegar ao ouvido dessas mulheres, porque é muito acessível (Participante 5).

Esse aspecto exige planejamento e estratégia por parte das criadoras de conteúdos feministas para que suas narrativas sejam atrativas e possam sensibilizar quem está disposto a conhecer esse campo.

Conclusões

Esta pesquisa trouxe muitas reflexões sobre o potencial do podcast como mídia para engajamento e formação de mulheres. Principalmente, se alinhado a outras estratégias que usam a força mobilizadora dos relatos pessoais como motor de conexão entre as pessoas. Neste caso, de mulheres ouvintes.

O primeiro ponto que chamou a atenção no estudo foi sobre as peculiaridades da mídia podcast e como as mulheres fazem uso delas. Três aspectos foram ressaltados como elementos atrativos para esta mídia: a praticidade para ouvir o conteúdo em qualquer lugar e horário; a autonomia de poder baixar o conteúdo e ouvir quando possível; e o caráter pedagógico da mídia, visto que os conteúdos são apresentados de uma maneira mais simples e com linguagem acessível.

O podcast se apresenta como porta de entrada para determinados assuntos, assim como uma opção interessante para quem não tem hábito ou tempo para se dedicar às leituras. Essas três características mais evidentes do podcast ganham peso quando se ilumina as formas como as mulheres, majoritariamente, consomem os programas: realizando o trabalho invisível e não remunerado dos cuidados domésticos e em deslocamento, no transporte público ou particular.

A pesquisa trouxe achados em diversas áreas. Observou-se, por exemplo, que o podcast é visto como uma mídia capaz de potencializar expressões e lutas individuais, fazendo um resgate do sentido e do poder da palavra oral, da informação sonora – um ponto importante se for comparado a quantidade de estímulos, quase sempre visuais, a que somos submetidos a todo instante.

Foi constatado que os relatos pessoais trazidos pelos programas têm muita força e essa força gera empatia e rompe com a ideia de que aquela mulher está sozinha com o seu problema. Esse fenômeno, típico das relações em rede fortalece, empodera e gera um sentimento de companheirismo entre as ouvintes.

Outro achado apontado pelas entrevistadas diz respeito à contribuição do podcast para a formação pessoal das ouvintes. Especificamente, na dimensão do autoconhecimento, por veicular conteúdo que favorece a transformação pessoal e ao desenvolvimento da consciência crítica por meio do questionamento de ações e hábitos cotidianos. Um ponto importante que também favorece a participação das mulheres é o fácil acesso à informação, visto que o programa é gratuito e com curadoria para ampliar referências e repertórios sobre os feminismos e pautas afins.

Um aspecto fundamental que chama atenção nesta pesquisa são as interações que as mulheres estabelecem nas redes por meio dos podcasts. Observou-se que a tecnologia ganha

lugar central na vida e na rotina delas. Essa presença é percebida por meio da mudança no consumo de notícias, agora, majoritariamente por meios digitais – o que favorece uma maior presença e um maior contato com as novas ferramentas de comunicação. As redes também podem potencializar as táticas das mulheres, ao aproximar histórias individuais e de grupos a uma esfera em nível global, além de ajudar a romper com o silenciamento e com a invisibilidade, impostos historicamente às mulheres.

Ainda sobre a luta das mulheres, observou-se que o uso de *hashtags* como forma de engajamento em ações e campanhas é muito presente, sendo também uma ferramenta bastante utilizada para buscar episódios de podcasts. Apesar do uso frequente desse recurso, há que se considerar que a ferramenta por si só não muda realidades. É necessário ir além dela. E isso fica evidente nos achados da pesquisa.

No que tange à compreensão sobre o diálogo dos podcasts com outros espaços de luta, buscou-se entender as conexões realizadas por meio do trabalho com o *Olhares Podcast*. Os relatos das entrevistadas mostraram que o programa remete sim a outras frentes de atuação. O programa foi utilizado como instrumento de empoderamento pessoal de mulheres que conseguiram romper com um cotidiano de violência. Também foi utilizado como ferramenta de sensibilização para construção de política pública. E chegou a lugares pouco ocupados por mulheres, como a Câmara dos Deputados, por exemplo, e a CCXP⁶, um dos principais eventos de tecnologia do mundo. Esses exemplos são provas sociais da força dessa mídia e de sua interlocução com outros espaços de atuação.

Entretanto, como algo reiterado por várias entrevistadas, o podcast é apenas um suporte para essas lutas. Nada pode ficar restrito a ele, pelo contrário, a ação política feminista precisa ir além e ganhar corpo ocupando sempre outros espaços. A mídia podcast contribui, mas não esgota a atuação.

Mesmo considerando os ganhos que a mídia podcast traz para a formação e a luta das mulheres, e afastando-se do romantismo ao analisar o campo, é imprescindível considerar limitações e fragilidades no acesso e no consumo dessa mídia – o que aponta o grande desafio do produtor de podcast com essa temática. Muito além de uma preocupação técnica ou de linguagem, é fundamental uma educação midiática para que se tenha uma ampliação do acesso a essa mídia, assim como a outras, e também uma maior apropriação e consciência dos usos que podemos dar a ela. O podcast ainda é visto como uma mídia elitista e distante da maioria da população, mesmo com os avanços e o crescimento da popularidade.

Aqui, é necessário considerar como entraves ao acesso ao conteúdo sonoro a brecha digital de gênero, pouco debatida, mas sempre presente, e as disparidades sociais profundas que desfavorecem e distanciam o acesso à essa ferramenta por parte de mulheres pobres e negras. É um campo ambivalente, pois, ao mesmo tempo em que se apresenta como espaço de democratização de discursos, acha-se ainda bem aquém dos usos do seu potencial por estar

6 A Comic Con Experience (CCXP) foi criada em 2014. É considerado o maior evento de cultura pop/geek do Brasil.

longe das mãos de quem realmente deveria ter acesso: mulheres não brancas e que habitam em territórios periféricos.

Referências

- ALVAREZ, S. E. Para além da sociedade civil: reflexões sobre o campo feminista. **Cadernos Pagu**, v. 43, p. 13-56, 2014.
- ASSIS, P. O feed e a fidelização do podovinte. In: LUIZ, L. (org). **Reflexões sobre o podcast**. Nova Iguaçu (RJ): Marsupial, 2014. p. 29-47.
- BOGADO, M. Uma nova geração política – Rua. In: HOLLANDA, H. B. **Explosão feminista: arte, cultura, política e universidade**. 2. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2018.
- BONINI, T. A “segunda era” do podcasting: reenquadrando o podcasting como um novo meio digital massivo. Tradução: Marcelo Kischinhevsky. **Radiofonias – Revista de Estudos em Mídia Sonora**, Mariana-MG, v. 11, n. 1, p. 13-32, 2020.
- BUFARAH JUNIOR, A. Podcast e as novas possibilidades de monetização na radiodifusão. **Radiofonias – Revista de Estudos em Mídia Sonora**, v.11, p. 33-48, 2020.
- CASTELLS, M. **O poder da comunicação**; trad. Rita Espanha ; rev. cient. Gustavo Cardoso. - Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2013.
- CASTELLS, M. **Redes de Indignação e Esperança: movimentos sociais na era da internet**. 2. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2017.
- CREMADES, J. **Micropoder - a força do cidadão na era digital**. São Paulo: Senac, 2009.
- COSTA, C. Uma nova geração política - Rede. In: HOLLANDA, H. B. **Explosão feminista: arte, cultura, política e universidade**. 2. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2018.
- KOZINETS, R. V. **Netnografia: realizando pesquisa etnográfica online**. Porto Alegre: Penso Editora, 2014.
- MASSARELLI, V.; PERROTTA, M. Podcasting: A change for listeners, a challenge for broadcasters. In: FOLLMER, G.; THIERMANN, S. (ed.) *Relating Radio. Communities. Aesthetics. Access*. Leipzig: Spector, 2006. p. 257-264
- MEDEIROS, M. S. Podcasting: produção descentralizada de conteúdo sonoro. In: **Anais do XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências**. Universidade do Estado do Rio de Janeiro, 5-9 set. 2005.
- OLHARES PODCAST. **Olhares Podcast: novos olhares sobre as mulheres e o feminismo**, 2017. Um podcast feminista sobre mulheres, movimentos sociais e direitos humanos. Disponível em: <https://olharespodcast.com.br>. Acesso em: 20 dez. 2020.
- TIC Domicílio 2019. Cetic BR. Brasil, 2020. Disponível em: https://cetic.br/media/analises/tic_domicilios_2019_coletiva_imprensa.pdf. Acesso em: 3 maio 2021.
- WOLTON, D. **Internet, e depois? Uma teoria crítica das novas mídias**. 3. ed. Porto Alegre: Sulina, 2012

Sobre as autoras

Luizy A. da Silva Carlos

Mestra em Consumo, Cotidiano e Desenvolvimento Social pela Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE). Graduada em Comunicação Social com habilitação em Rádio e TV pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Especialista em Gestão e Produção Cultural, com ênfase em eventos culturais, pela FAFIRE. Docente na área de Comunicação e Marketing, tem experiência com assessoria de comunicação, *media training* e consultoria em mídias digitais, além de ter atuado como produtora, redatora, locutora e repórter de Rádio. Atualmente, exerce a função de coordenadora de produção na rádio Frei Caneca FM, emissora pública do Recife. É pesquisadora das relações entre Feminismos e Podcast. E-mail: luizysilva.educom@gmail.com.

Maria Salett Tauk Santos

Jornalista, professora titular da Universidade Federal Rural de Pernambuco, doutora em Ciências da Comunicação pela ECA-USP; Pesquisadora do GP- Comunicação e Desenvolvimento Regional e Local da Intercom; autora dos livros, entre outros, *Inclusão Digital, Inclusão Social: usos das tecnologias da informação e comunicação nas culturas populares* (2009); *Extensão Rural-Extensão Pesqueira: estratégias de comunicação para o desenvolvimento*(2014); *Comunicação para o Desenvolvimento- Redes da Memória* (2016); e *Travessias Acadêmicas das Tecnologias da Comunicação para o Desenvolvimento* (2019). E-mail: mstauk@hotmail.com.

Contribuição dos autoras

Carlos, L. S.: administração do projeto, conceituação, investigação, curadoria de dados, escrita – rascunho original, escrita – revisão e edição; Santos, M. S. T.: administração do projeto, supervisão, validação, escrita – revisão e edição.

Disponibilidade de dados

Os dados que suportam a pesquisa estão contidos no artigo.

Conflito de interesse

As autoras declaram que não há conflito de interesse.

Dados editoriais

Recebido em: 28/05/2021

Aprovado em: 09/06/2023

Editora responsável: Maria Ataíde Malcher

Assistente editorial: Weverton Raiol

Este artigo é publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença **Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional (CC-BY)**. Os autores retêm todos os direitos autorais, transferindo para a Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação o direito de realizar a publicação original e mantê-la sempre atualizada.

