

## Vozes cidadãs: podcasts inseridos em redes de divulgação coletiva<sup>1</sup>

Antonio Carlos SILVA<sup>2</sup>  
Luã José Vaz CHAGAS<sup>3</sup>

Universidade Federal de Mato Grosso, Cuiabá, MT

### Resumo

Pesquisamos seis redes coletivas de podcasts, criadas por grupos sociais tradicionalmente marginalizados (ou subalternizados) no Brasil, que atuam na internet: #MulheresPodcasters, #OPodcastÉDelas, #LGBTpodcasters, #PodcastersNegros, #RedeNordestinadePodcasts e @FIO | Rede Ativista de Vozes. Observamos o comportamento delas e entrevistamos representantes das redes. Percebemos que, com as redes, esses grupos localizam, agregam e trocam experiências com podcasters do mesmo segmento social para se fortalecerem. Também, atuam coletivamente em defesa de suas demandas. Ainda, garantem direitos comunicacionais de continuarem falando e serem ouvidos. O que caracteriza uma remediação do processo comunicativo do podcasting perante o contexto de plataformização e um exercício de cidadania comunicativa.

**Palavras-chave:** podcasts; plataformização; redes; cidadania comunicativa.

### Introdução

Em 2024, o processo comunicativo do podcasting completa 20 anos no Brasil e nos Estados Unidos, países pioneiros na criação, na produção e na escuta desta mídia sonora digital. Entre 2009 e 2019, a audiência brasileira deste formato aumentou em 127%<sup>4</sup>. Desde 2020, o Brasil é o país que mais cresce na produção de podcasts<sup>5</sup>. Entre

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Rádio e Mídia Sonora, XXIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Mestre do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Mato Grosso (PPGCOM/UFMT) e Mestre do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Mato Grosso (PPGHIS/UFMT), email: [acs.oficial@gmail.com](mailto:acs.oficial@gmail.com)

<sup>3</sup> Professor do Programa de Pós-Graduação e da Faculdade de Comunicação e Artes da Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT). Doutor em comunicação pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro com estágio doutoral na Universidad Complutense de Madrid. Membro do Núcleo de Estudos Radiofônicos (NER). Email: [luan.chagas@ufmt.br](mailto:luan.chagas@ufmt.br)

<sup>4</sup> Estudo da Podcast Stats Soundbites. In: BLUBRRY, 2019.

<sup>5</sup> Relatório State of the Podcast Universe, publicado pela Voxnest, empresa norte-americana especializada neste formato. In: MONEYLAB, 2021.

os podcasters brasileiros, 70,3% começaram a produzir os episódios a partir de 2018 (CATINO, 2021). São cidadãos e cidadãs de grupos sociais tradicionalmente marginalizados e subalternizados (mulheres, negros, LGBTQIAPN+, indígenas, ativistas, pessoas com deficiência e moradores de regiões periféricas); educadores/as; comunicadores/as; profissionais liberais; instituições públicas e privadas; mídia hegemônica; políticos; e grupos econômicos.

Entretanto, a popularidade e a massividade do podcasting não garantem que todas as pessoas que se apropriaram deste processo comunicativo - para gravar sua voz, expressar sua identidade e cosmovisão, reivindicar direitos e conquistar mais um lugar de fala, entre outros objetivos - consigam ser ouvidas pelo público. Na podosfera, os conteúdos sonoros estão armazenados e são acessados em plataformas digitais de áudio, que funcionam à base de algoritmos. São programas de computador planejados e definidos por empresas *big techs* multinacionais, proprietárias das plataformas, para atender interesses econômicos com consequências políticas.

Por um lado, as programações algorítmicas destacam episódios de podcasts “originais”, criados pelas plataformas. Por outro, elas invisibilizam e silenciam conteúdos sonoros produzidos, por exemplo, por podcasters de grupos sociais tradicionalmente marginalizados e subalternizados no Brasil. É um tratamento desigual das *big techs*, que se configura como mais um processo de plataformação e se caracteriza como uma estratégia do poder das proprietárias das plataformas.

## **A metodologia da pesquisa**

A partir desse contexto, realizamos o estudo Vozes cidadãs: podcasts inseridos em redes de divulgação coletiva no âmbito do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Mato Grosso (PPGCOM/UFMT). A pesquisa partiu de um problema: como podcasts produzidos por coletivos sociais tradicionalmente marginalizados (ou subalternizados) no Brasil atuam na circulação dos produtos em meio ao contexto de plataformação? Diante desta colonialidade<sup>6</sup> digital no podcasting, o que

---

<sup>6</sup> Maldonado-Torres faz uma distinção conceitual. Enquanto o colonialismo é “uma relação formal de poder entre dois povos ou nações”, a colonialidade “se refere à forma como o trabalho, o conhecimento, a autoridade e as relações intersubjetivas se articulam entre si, por meio do mercado capitalista mundial e da ideia de raça” (MALDONADO-TORRES, 2007, p. 131).

---

cabe aos/às produtores/as dos programas de áudio, principalmente os integrantes de grupos sociais tradicionalmente marginalizados (ou subalternizados) no Brasil?

O objeto de estudo foram seis redes de divulgação coletiva de podcasts criadas por grupos sociais tradicionalmente marginalizados e subalternizados no Brasil: #PodcastersNegros, #MulheresPodcasters, #LGBTPodcasters, @FIO | Rede Ativista de Vozes, #RedeNordestinadePodcasts e #OPodcastÉDelas. Estas redes foram identificadas na pesquisa durante a etapa de busca ativa na Internet, especialmente nas redes sociais *Facebook*, *Instagram* e *Twitter* e na plataforma digital de áudio e vídeo *Youtube*.

Para esta tarefa, utilizamos as mesmas ferramentas agregadoras digitais usadas por estas redes, como # (*hashtag*) e @ (arroba), adicionadas à temática do grupo social, como mulheres, LGBT e negros. O objetivo geral do estudo foi analisar se estas redes, como uma remediação do processo comunicativo do podcasting perante o contexto de plataformização, contribuem para o exercício da cidadania comunicativa desses grupos sociais: mulheres, comunidades LBTQIAPN+, população negra, moradoras e moradores de regiões periféricas e ativistas.

A metodologia de pesquisa contou também com levantamento bibliográfico de referenciais teóricos relacionados à temática estudada. Ainda foi realizada uma entrevista em profundidade semiestruturada com um/a representante de cada uma dessas seis redes com autorização delas e do Comitê de Ética em Pesquisa com seres humanos das áreas de Ciências Humanas e Sociais da Universidade Federal de Mato Grosso (CEP/Humanidades/UFMT). Nas entrevistas, realizadas em maio de 2022, foram coletados e analisados dados, a partir de quatro eixos temáticos categorizados conforme os referenciais teóricos: 1) podcast a partir do conceito de rádio expandido (KISCHINHEVSKY, 2016); 2) plataformização (POELL; NIEBORG; VAN DIJCK, 2020); 3) redes (ROCHA; PEREIRA, 2014); e 4) cidadania comunicativa (MATA, 2006).

Assim, foi possível corresponder ao objetivo geral e aos específicos da pesquisa: conhecer as motivações de cada grupo social em criar e manter uma rede de divulgação coletiva de podcasts; relatar como cada rede age além da plataforma digital de áudio; verificar como essas redes contribuem para os podcasts do grupo social não sejam invisibilizados e silenciados por algoritmos e pelo processo de plataformização; analisar como essas redes contribuem para que grupos sociais marginalizados subalternizados exerçam cidadania comunicativa.

## Os principais resultados do estudo

No eixo podcasts, partimos do conceito deste enquanto um rádio expandido considerando que os episódios são produzidos com linguagem sonora radiofônica. Depois, os programas são postados nas plataformas digitais de áudio e em sites e blogs na Internet com elementos para-sonoros, como as etiquetas identificadoras. O processo comunicativo do podcasting armazena conteúdos, funcionando como repositório para consultas futuras, expandindo o tempo presente. Ao ser ouvido, causa o mesmo efeito dos programas de rádio. Seja no som ambiente ou na intimidade dos fones de ouvido, a escuta do podcast estimula o imaginário do ouvinte, contribuindo para a formação de uma paisagem sonora enquanto um fenômeno parecido ao que ocorre com a leitura de textos.

Ao serem perguntados sobre a definição de podcast, os seis entrevistados optaram em responder as questões com os conhecimentos e opiniões pessoais, evitando falar em nome da rede que integram. Ira Croft da #MulheresPodcasters admite influência do rádio e uma simbiose desta mídia sonora com internet na produção do podcast, o que segue a perspectiva do conceito de rádio expandido. Por sua vez, para Domenica Mendes da #OPodcastÉDelas, Fernando Arazão da #LGBTPodcasters e Rod Gomes da FIO | Rede Ativista de Vozes, o podcast não é uma expansão do rádio. Já Hector Sousa da #PodcastersNegros e Aldenora Cavalcante da #RedeNordestinadePodcasts, ao invés de analisarem o podcast tecnicamente, optaram em conceituar a importância deste meio para o “aquilombamento” entre podcasters negros, na fala de Hector, e a formação de “comunidades de ouvintes”, no dizer de Aldenora.

Consideramos que a opção dos seis entrevistados pela fala individual e não coletiva denota que a questão sobre podcast ainda não tem um consenso entre os/as produtores/as integrantes de uma rede de divulgação coletiva. Este comportamento coaduna com o atual estágio da comunidade científica da área da Mídia Sonora no Campo da Comunicação no Brasil, que reivindica mais estudos para verificar se o podcast é um rádio expandido (KISCHINHEVSKY, 2016) ou para saber se ele é “outro tipo de produto cultural” (FERRARETTO, 2021, p. 25). Aqui, tanto a prática, quanto a teoria caminham juntas numa trilha em busca de respostas sobre uma mídia sonora digital de 19 anos.

## Feed RSS garante autonomia e independência do podcast nas plataformas

No eixo plataformação, é importante destacar dois movimentos perceptíveis nas falas dos participantes da pesquisa. Um deles é a invisibilidade dos podcasts na pódosfera brasileira, em especial, nas plataformas digitais de áudio. O que pode ser comprovado por iniciativas do serviço de streaming mais acessado no Brasil. A plataforma sueca *Spotify*, em 2019, realizou em São Paulo, o *Spotify For Podcasters Summit Brasil*, reunindo podcasters independentes de grupos sociais tradicionalmente marginalizados (ou subalternizados) no país, como mulheres, pessoas negras, comunidade LGBTQIAPN+ e moradores de regiões periféricas. Desde 2020, o *Spotify* também estimula jovens negros, indígenas, periféricos e de favela a produzirem podcast através do programa *Sound Up*.

O *Spotify* ainda criou em sua plataforma, nos últimos três anos, mesmo que temporariamente, *playlists* e seções específicas para podcaters negros (Amplifikades e Vozes Pretas), mulheres (Escuta as Podcasters e EQUAL), LGBTQIAP+ e nordestinos. Mas estas iniciativas, por mais importantes que sejam, não garantem a visibilidade e conseqüente escuta dos podcasts desses grupos sociais. Porque estes conteúdos ficam seccionados em locais da plataforma, continuando invisibilizados em outras partes da estrutura digital de áudio, como o menu de opções para os ouvintes.

O “processo de plataformação” e os algoritmos “programados na caixa-preta” (FLUSSER, 1985) das plataformas de áudio são programas de computador que, no ambiente digital, res-silenciam e re-insivibilizam os grupos sociais tradicionalmente marginalizados (ou subalternizados) no Brasil e valorizam os episódios produzidos por grupos econômicos, instituições e integrantes do *mainstream* ou os conteúdos que causam polêmica, independentemente se ferem direitos, desrespeitam a dignidade humana e ameaçam a democracia.

Quer dizer, numa perspectiva, as plataformas digitais de áudio facilitam o processo comunicativo do podcasting. Ao invés do podcaster ter que fazer toda postagem de forma manual, elas simplificam a subida de conteúdos sonoros para a Internet. Com as plataformas, os produtores ganham tempo na divulgação dos episódios e os ouvintes, qualidade tecnológica na escuta dos programas. Mas, em outro prisma, de nada adianta este progresso tecnológico se este mesmo causa ou intensifica as desigualdades entre as

peças e os grupos sociais. De nada adianta termos um dispositivo disruptivo e libertador como o podcast se ele é apropriado apenas por parte da população. Nesse caso, também não se sustenta lançarmos mão de uma linguagem e de uma estética radiofônicas na produção dos episódios do podcast, se estes ficarão invisibilizados ou escondidos sob as teias dos sistemas algorítmicos dos processos de plataformação.

Da mesma forma, não adianta termos uma plataforma digital de áudio, que facilita exponencialmente a postagem de conteúdos sonoros, mas dificulta ou filtra o acesso a estes. Por isto, consideramos importante e oportuno aprofundar os estudos sobre os programas de algoritmos das plataformas digitais de áudio de empresas *big techs* multinacionais para adequá-los à realidade brasileira, como a diversidade predominante na população do país, e contribuir para o fim da invisibilidade de episódios.

Ainda no eixo plataformação, outro movimento relevante detectado nas respostas dos participantes da pesquisa é um aspecto técnico do podcast com consequências comunicacionais, políticas, econômicas, sociais e culturais. É o *feed RSS*. Ele define a localização do podcast na internet e garante a autonomia do podcaster independente. Por sua vez, as plataformas digitais de áudio tiram a independência tecnológica do *feed RSS*, que pode ser acessado em qualquer dispositivo com acesso à internet, para confiná-lo na plataforma. O podcaster fica dividido entre a alta visibilidade do podcast que produz enquanto conteúdo sonoro digital exclusivo de uma plataforma, mas sem a autonomia de levar o episódio para onde ele quiser na rede mundial de computadores.

### **Redes de podcasts: interação e instantaneidade com produtores e ouvintes**

No eixo Redes, consideramos importante destacar as motivações para a criação destes agrupamentos coletivos digitais de produtores independentes de podcasts de grupos sociais tradicionalmente marginalizados e subalternizados no Brasil. A partir da observação sistemática do comportamento dessas redes na internet e de entrevistas semiestruturadas com representantes delas, percebemos que esses grupos sociais criaram ferramentas, como *hashtag* e/ou arroba e as próprias redes de divulgação coletiva de podcasts, para localizar, mapear e trocar experiências com outros podcasters do mesmo segmento social para se fortalecerem; atuar coletivamente em defesa de suas demandas e temáticas; e garantir os direitos de continuarem falando e serem ouvidos.

---

Percebemos que a rede de divulgação coletiva de podcasts é uma tática utilizada pelos podcasters de grupos sociais formados por mulheres, comunidades LGBTQIAPN+, população negra, moradores de regiões periféricas e ativistas para se comunicarem entre si e com os ouvintes devido a algumas características limitadoras do processo comunicativo do podcasting e das plataformas digitais de áudio

O podcast é uma obra pronta, que não permite interação e não pode ser alterada por seus produtores e produtoras. É como um conteúdo fonográfico: está gravado e não pode ser atualizado. Pode apenas ser consultado quantas vezes forem necessárias e pode ser interpretado e ressignificado pelos ouvintes. Da mesma forma, a plataforma digital de áudio em relação ao podcast é um repositório de episódios, que também não permite interação entre os podcasters e destes com os ouvintes. Ou seja, o processo comunicativo do podcast é assíncrono e unidirecional.

Por sua vez, a rede coletiva de podcasts é síncrona e bidirecional. Ela permite interação simultânea entre seus integrantes através de seus perfis e contatos nas redes sociais da internet. Também, recupera duas características radiofônicas não possíveis nos podcasts gravados: a interação instantânea e a simultaneidade do rádio ao vivo. A rede ainda contribui para “salvar a comunicação” (WOLTON, 2006) entre produtores; entre produtores e ouvintes; e entre ouvintes de podcast.

Estas iniciativas sociais lançam mão de ferramentas tecnológicas da internet, como os agregadores # (*hashtag*) e @ (arroba) para identificar e localizar podcasts produzidos por esses grupos e trocar experiências e conhecimentos entre eles. Esta prática das redes remete à “filosofia da colaboração mútua” (LUIZ, 2014, pp. 13-4), presente desde o início da podosfera no Brasil em 2004. Por outro lado, as redes de divulgação coletiva de podcasters agem conforme às necessidades do grupo social que representam.

Consideramos que esta prática cotidiana e permanente das redes de podcast coaduna com os estudos de Antonieta Rocha e Alda Pereira (2014) a partir da Taxinomia dos Muitos de Terry Anderson e Jon Dron (2007). Ao buscarem conceituar rede, essas autoras afirmam, entre as características principais, que ela é “aberta”, “sem forma fixa” previamente concebida, “emergente”, com capacidade de transformar e adaptar seus “intensidade, tamanho e influência” conforme as “pressões internas e externas. Para elas, “a Rede é Mutável e com capacidade generativa, o que nos permite concluir pela sua auto-organização face à emergência das necessidades” (ROCHA; PEREIRA, 2014,

---

p. 44). Quer dizer, a rede está em função do grupo social que ela representa e não o contrário.

No contexto de invisibilidades de episódios de podcasts e consequentes silenciamentos e exclusões temáticas e identitárias, grupos sociais criaram redes de divulgação coletiva. Na perspectiva interseccional do olhar opositivo de bell hooks (2019) contra o racismo (em relação às pessoas negras), o sexismo (contra as mulheres negras) e subalternização de classe social (de pessoas pobres e negras), entendemos que a criação das redes de divulgação coletiva de podcasters contribuem para o ouvir, o falar e o olhar opositivos e uma ação decolonial (MIGNOLO, 2007) de grupos sociais subalternizados sobre a caixa-preta dos algoritmos das plataformas digitais de áudio.

Durante a pesquisa, não foi possível identificar outras redes de divulgação coletiva criadas por outros grupos sociais tradicionalmente marginalizados (ou subalternizados) no Brasil, como indígenas e pessoas com deficiência. Por outro lado, encontramos três redes coletivas de podcasters de grupos sociais que não se enquadravam no recorte da pesquisa, mas que podem ser objetos de futuros estudos. São elas: a Rede Gaúcha de Podcasts (Podcastchê), que fomenta o universo sonoro reunindo podcasters gaúchos por todo o Brasil; o Coletivo Podosfera Nipo-brasileira (#podnipbr), que agrega ouvintes e produtores de podcast brasileiros no Japão e busca promover esta mídia sonora digital entre eles e incentivar os podcasters da comunidade; e a uaiPod, grupo mineiro de ouvintes e podcasters.

### **Cidadania comunicativa: conquistar direitos e exercê-los**

No eixo Cidadania Comunicativa, partimos do conceito de que não basta conquistar direitos, é necessário exercê-los. Neste aspecto, a própria criação das redes de divulgação coletiva de podcasters de grupos sociais tradicionalmente marginalizados (ou subalternizados) já caracteriza uma cidadania comunicativa. Durante as entrevistas semiestruturadas, os participantes da pesquisa, representantes de grupos sociais que criaram estas redes, elencam atividades de cidadania comunicativa que também são táticas de enfrentamento e resistência e proporcionam empatia, alteridade e colaboração mútua para o grupo social que a rede coletiva de podcasters representa, assim como para outros grupos sociais marginalizados (ou subalternizados).

Os dados coletados durante a pesquisa mostraram atuações conjuntas e interseccionalidades entre as diferentes redes. Assim, a #RedeNordestinadePodcasts foi criada a partir de produtoras que integravam a #MulheresPodcasters, que não quer se formalizar como rede por estar em constante expansão. A #RNP tem estatuto com valores e princípios, que coloca em prática. São eles: 1) ANTIFACISMO; 2) ACOLHIMENTO ÀS DIVERSIDADES; 3) COLABORAÇÃO; E 4) RECIPROCIDADE”. A partir destes conceitos, a Rede Nordestina se posiciona publicamente e criticamente contra más condutas na podosfera brasileira.

Na rede #PodcastersNegros, há podcasts, como o Bisão Voador, que fazem parte também da rede #LGBTPodcasters; e o Santa Melina, que também integra a @FIOpodcasts | Rede Ativista de Vozes. Já a #OPodcastÉDelas, derivada da campanha #OPodcastÉDelas, contribui para que a #LGBTPodcasters realize a campanha #AlémDoArcoÍris. Assim como a #OPodcastÉDelas é direcionada a homens para garantir uma comunicação segura e não violenta para mulheres no podcast, a #AlémDoArcoÍris é direcionada a pessoas fora das comunidades LGBTQIAPN+ para mostrar que podcasters LGBTQIAPN+ falam de qualquer tema em seus podcasts.

Por sua vez, a @FIOpodcasts | Rede Ativista de Vozes entende que não basta defender que cada vez mais pessoas das comunidades LGBTQIAPN+ façam o Exame Nacional do Ensino Médio (ENEM), é necessário garantir a inscrição destas pessoas. Assim, a @FIO participa de uma campanha anual que visa arrecadar recursos financeiros para as pessoas LGBTQIAPN+ tenham condições de pagar a taxa de inscrição no ENEM, façam a prova e conquistem uma vaga em universidades públicas.

Neste eixo cidadania comunicativa, dados coletados junto a #PodcastersNegros apontam como mais importante realizar um aquilombamento entre eles e elas em grupo de WhatsApp do que ações externas. Nas atividades públicas pontuais, inclusive em conjunto com outras redes, os podcasters negros atuam em duas frentes. Uma delas é divulgar a negritude sob os aspectos que eles consideram relevantes a partir das conversas internas no grupo de WhatsApp. Outra frente é garantir que podcasts produzidos por pessoas negras tratem de outros assuntos além da negritude até para mostrar a diversidade de repertório de assuntos a ser comunicado pela população negra. Contudo, no entender do podcaster Hector Sousa, produzir e falar ao podcast não garante que os podcasters negros sejam comunicadores e não cidadãos, visto que, para Sousa, conquistar e exercer cidadania ainda depende de ações fora da podosfera.

Aqui, há uma proximidade entre o comportamento de integrantes das redes de divulgação coletiva de podcasters e as características principais do produtor e da produtora de podcast brasileiro, citadas pela podcaster Kell Bonassolli, na primeira década da podosfera brasileira. Para Kell, o podcaster é um “ser extremamente curioso e persistente” que “geralmente anda em bandos e esses bandos se relacionam uns com os outros”. E foi “esse hábito que deu origem a uma rede de relacionamentos comumente chamada de Podosfera” (BONASSOLLI, Kell *In*: LUIZ, 2014, p. 15). Para Bonassolli, a podosfera é “a esfera que reúne os podcasters”. Esta formulação necessita ser atualizada, conforme nosso estudo. Assim, além da ampla rede podosfera, os podcasters formam também redes específicas, como as analisadas na pesquisa Vozes cidadãs...

Por outro lado, a metáfora do “bando”, usada para explicar como os produtores e produtoras de podcast andam no Brasil, remete a dois estudos. Um deles é *Wikinomics*: como a colaboração em massa pode mudar o seu negócio (TAPSCOTT; WILLIAMS, 2007). O outro estudo é *MacroWikinomics*: reiniciando os negócios e o mundo (TAPSCOTT; WILLIAMS, 2010) sobre a colaboração em massa e rede na internet. Para exemplificar esse movimento, Tapscott gravou um vídeo em que recorre à metáfora da ação coletiva de pássaros da espécie Estorninho-Malhado<sup>7</sup>. Durante o voo, como em um balé aéreo, as aves provocam um barulho com as asas e o canto, que se assemelha a uma murmuração<sup>8</sup>. Este áudio serve de escudo para o bando, protegendo-o de predadores, como falcões, aquecendo-o contra o frio e apontando as regiões onde há mais alimentos.

### **De rádio para podcasting; de podcasting para rede; de rede para redes; ...**

Assim, consideramos que as redes de divulgação coletiva de podcasts #MulheresPodcasters; #OPodcastÉDelas; #LGBTpodcasters; #PodcastersNegros; #RedeNordestinadePodcasts (RNP); e @FIOpodcasts – Rede Ativista de Vozes são mais uma etapa no contínuo processo de remediação (BOLTER; GRUSIN, 2000) em que novas mídias surgem, mas a partir de uma renovação e uma referência de outro meio de comunicação antigo: de rádio para podcasting; de podcasting para rede de

<sup>7</sup> TAPSCOTT, Don. Murmuration MacroWikinomics – Reiniciando os negócios e o mundo. In: OKABE, Márcio. S. L.: Youtube, 21 mar. 2020. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=vUuiVQezZ4k>. Acesso em: 19 nov. 2022.

<sup>8</sup> Estorninho-malhado. S.L: Wikipedia, S. D. Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Estorninho-malhado> Acesso em: 21 out. 2022.

divulgação coletiva; e de uma rede para outras redes. É um processo contínuo de apropriação e uso de mídias, ou seja, hipermediação (BOLTER; GRUSIN, 2000), para garantir uma visibilidade aos olhos dos usuários das plataformas digitais e uma audibilidade nos fones dos ouvintes dos podcasts produzidos por grupos sociais tradicionalmente marginalizados (ou subalternizados).

Com as redes de divulgação coletiva de podcasts, surge uma característica inversa: a da imediação. Esta busca invisibilizar o processo comunicativo para tornar o conteúdo comunicacional cada vez mais próximo do público receptor como se não houvesse uma mediação. Por sua vez, as redes de divulgação coletiva de podcast apresentam-se como tal para encontrar, agregar e divulgar podcasts produzidos por grupos sociais tradicionalmente marginalizados (ou subalternizados) no Brasil, buscando dar visibilidade e audibilidade a suas produções sonoras em detrimento das invisibilidades e silenciamentos causados pelo processo de plataformização.

O conceito de remediação também nos permite compreender outro movimento no processo comunicativo do podcasting brasileiro. O que era só episódio sonoro de podcast na primeira fase desta mídia sonora no Brasil (2004-2011) tornou-se, numa segunda fase, etiqueta para-sonora imagética na plataforma digital de áudio; agregou-se e exerce nos últimos cinco anos uma comunicação dialógica (FREIRE, 1985) através das redes de divulgação coletiva representativas de grupos sociais tradicionalmente marginalizados (ou subalternizados).

O fazer comunicação com o outro é uma característica basilar da prática do podcast no Brasil. Desde os primeiros anos deste processo comunicativo, os produtores de conteúdos sonoros, os chamados podcasters, exercem uma “filosofia de colaboração mútua”. Dessa forma, até os produtores mais populares fazem questão de ajudar os novatos a produzirem seus episódios e chegam até a participar dos programas iniciais como se estivessem dando uma chancela da podosfera brasileira para quem apenas está iniciando o processo de comunicar seu conteúdo para o público ouvinte. Entre os resultados encontrados, estão: estratégias de atuação em rede em temáticas comuns, formação de novos podcasters, compartilhamento de pautas e indicação de podcasts para agregar novos ouvintes. As redes surgem como brechas diante dos algoritmos e da supremacia do capital nas plataformas digitais de áudio.

A experiência das redes coletivas de podcasters são uma alternativa interseccional à plataformização. As ações fazem parte da identidade de qualquer grupo ou

movimento e são essenciais à sobrevivência dos marginalizados e subalternizados perante qualquer agente opressor. Neste agir coletivo e interseccional, uma das táticas é lançar mão da cidadania comunicativa. Afinal, como preconiza Maria Cristina Mata, não basta cada pessoa ser sujeito de direitos, demandas e decisões no terreno da comunicação. É necessário que cada pessoa pratique, exerça e usufrua desses direitos. Neste sentido, de forma teórica e prática, compreendemos que exercer direitos, como a cidadania comunicativa, de forma coletiva, ao invés de individual, é muito mais democrático, legítimo e libertário.

### **Intersecções entre cidadania comunicativa e Ciência**

Há de se considerar ainda a dupla importância da cidadania comunicativa para o Campo da Comunicação. Em nível de objeto de estudo, a cidadania comunicativa mostra a práxis de sujeitos autônomos que lançam mão de táticas para enfrentarem as estratégias: 1) dos poderes políticos e econômicos e das colonialidades estruturais da sociedade brasileira em nível de raça, gênero, classe social; 2) da hegemonia das mídias tradicionais, que excluem e/ou causam mais marginalidades, subalternidades e desigualdades; e 3) e do colonialismo de dados, do processo de plataformação e do sistema de algoritmos, que invisibilizam, escondem e silenciam os conteúdos sonoros dos podcasts produzidos por pessoas integrantes de grupos sociais tradicionalmente violentados, oprimidos, marginalizados e subalternizados no Brasil.

Em nível epistemológico, a cidadania comunicativa lembra o fluxo do conhecimento científico, e não só do campo da Comunicação. A lógica da produção e divulgação da Ciência deve ocorrer, não por “depósitos bancários” de teorias, tão criticados assertivamente por Paulo Freire (1999), mas através de ambientes teórico-práticos que permitem constantes diálogos e articulações entre os processos integrantes da práxis humana, tanto no contexto dos pesquisadores e das pesquisadoras, quanto dos seres humanos participantes do corpus de análises. É no diálogo das teorias com as práticas que o conhecimento científico é produzido, se renova, evolui e se consolida.

Explicitando esta episteme, é a partir do lugar social, das necessidades e vontades e dos interesses, que as pessoas agem, preferencialmente, de forma coletiva. Com ações coletivas, as pessoas aprendem modos de fazer (a prática), assim como pensam e refletem sobre o que fizeram, como fizeram e o que deixaram de fazer e o porquê (teoria). Desta forma, se posicionam no mundo e constroem sua identidade social

na relação com outras pessoas. Lutam, reivindicam, se posicionam, fazem enfrentamentos, conquistam direitos e exercem cidadania e cidadania comunicativa. Este fluxo de vida é difícil de ocorrer no mundo real (incluindo aqui o campo científico), mas, concomitantemente, é possível e extremamente necessário.

Às vésperas de completar duas décadas de produção e escuta, o podcasting, em nível temporal, é um processo comunicativo que chega a uma maioria que exige responsabilidades dos podcasters para produzirem podcasts com qualidade técnica para serem postados nas plataformas digitais de áudio. Em nível tático, é a possibilidade de exercício da cidadania comunicativa e novos enfrentamentos e resistências das redes de divulgação coletiva, criadas por grupos sociais tradicionalmente marginalizados (ou subalternizados) no Brasil perante o processo de plataformização. Em nível pessoal, é a necessidade de cada pessoa exercer uma comunicação não-violenta que respeite: a individualidade e a privacidade; as diversidades étnicas, religiosas, sociais, culturais, sexuais e de gênero; a dignidade humana; os direitos humanos; e a vida de cada um de nós.

## Referências

BLUBRRY. **Podcast Stats Soundbite: Brasil In Bloom**. Columbus, Ohio (EUA): Podcast Insider, 01 fev. 2019. Disponível em: <https://blubrry.com/podcast-insider/2019/02/01/podcast-stats-soundbite-brazil-bloom/> Acesso em: 09 fev. 2021.

BOLTER, J. D.; GRUSIN, R. **Remediation: understanding new media**. Cambridge: The MIT Press, 2000.

CATINO, J.; *et. al.* **Pod Pesquisa 2020-2021 Produtores**. ABPOD - Associação Brasileira de Podcasters. 2021. Disponível em: [https://abpod.org/wp-content/uploads/2020/12/Podpesquisa-Produtor-2020-2021\\_Abpod-Resultados.pdf](https://abpod.org/wp-content/uploads/2020/12/Podpesquisa-Produtor-2020-2021_Abpod-Resultados.pdf) Acesso em: 21 jun. 2021.

CERTEAU, M. de. **A invenção do cotidiano: artes de fazer**. Nova ed., estabel. e apres. por Luce Giard. Trad.: Ephraim Ferreira Alves. 3ª ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

FREIRE, P. **Extensão ou comunicação?** Tradução de Rosisca Darcy de Oliveira. Prefácio de Jacques Chonchol. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1985, 8ª ed.

FREIRE, P. **Pedagogia do oprimido**. 17ª ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1999 (Coleção O mundo, hoje, v. 21).

HOOKS, b. **Olhares negros: raça e representação**. São Paulo: Elefante, 2019.

KISCHINHEVSKY, M. **Rádio e mídias sociais: mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais de comunicação**. 1. ed. - Rio de Janeiro: Mauad X, 2016.

---

LUIZ, L. (org.). **Reflexões sobre o podcast**. Nova Iguaçu, RJ: Marcial Editora, 2014.

MALDONADO-TORRES, N. Sobre la colonialidad del ser: contribuciones al desarrollo de un concepto. In: **El giro decolonial: reflexiones para una diversidad epistémica más allá del capitalismo global** / compiladores Santiago Castro-Gómez y Ramón Grosfoguel. – Bogotá: Siglo del Hombre Editores; Universidad Central, Instituto de Estudios Sociales Contemporáneos y Pontificia Universidad Javeriana, Instituto Pensar, 2007, pp. 127-168.

MATA, M. C. Comunicação y ciudadanía. Problemas teórico-políticos de su articulación. **Revista Fronteiras – estudos midiáticos**. N<sup>o</sup> VIII (1). Porto Alegre: Unisinos, janeiro/abril 2006, pp. 5-15.

MIGNOLO, W. El pensamiento decolonial: desprendimiento y apertura. Unmanifiesto. In: Castro-Gómez; Ramón Grosfoguel (eds.). **El giro decolonial. Reflexiones para una diversidad epistémica más allá del capitalismo global**. Bogotá: Iesco-Pensar-Siglo del Hombre Editores, 2007.

MONEYLAB. Os melhores podcasts do Brasil, maior produtor do mundo; País lidera ranking de produção de streaming de áudio; confira lista dos melhores programas nacionais. **Site Infomoney**, 22 jun. 2021. Disponível em: <https://www.infomoney.com.br/negocios/os-melhores-podcasts-do-brasil-2021/> Acesso em: 25 jun. 2021.

POELL, T.; NIEBORG, D.; VAN DIJCK, J. Plataformização. **Revista Fronteiras – estudos midiáticos**. Vol. 22, n<sup>o</sup> 1. Porto Alegre: Unisinos, janeiro/abril 2020. doi: 10.4013/fem.2020.221.01 Disponível em: <http://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/fem2020.221.01/60747734> Acesso em: 15 jul. 2021.

ROCHA, A.; PEREIRA, A. Grupos, Redes e Coletivos: um contributo para entender a teoria de Anderson e Dron. **Revista Educação, Formação & Tecnologias**. Portugal: Universidade Aberta, (julhodezembro, 2014), 7 (2), 3952. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10400.2/8999> Acesso em: 26 jun. 2021.

WOLTON, D. **É preciso salvar a comunicação**. Trad. Vanise Pereira Dresch. São Paulo: Summus, 2006.