

O Negro e o Podcast: A Falta de Representatividade nos Podcasts Brasileiros¹

Priscila Ribeiro Chequer Luz²

Brenda Evaristo Reis Santos³

David Alves de Souza Neto⁴

Universidade Estadual de Santa Cruz - Uesc

RESUMO

O trabalho analisa o perfil dos produtores de *podcasts* no Brasil, evidenciando o predomínio de pessoas brancas nesse cenário, em contraste com a diversidade étnico-racial do país. Busca-se investigar a ausência significativa de criadores negros, refletindo sobre os obstáculos enfrentados por esse grupo na mídia. A metodologia inclui análise de dados, entrevista com o *podcaster* Tiago Rogero, estudo de *podcasts* e embasamento teórico em autores como Silvio Almeida, Ivonete Lopes e Maria Laura Chaves. A pesquisa mostra que, apesar de avanços, a representatividade ainda é desigual e o racismo limita o alcance das narrativas negras no podcast.

PALAVRAS-CHAVE: *podcasts*; racismo estrutural; representatividade; mídia brasileira; produtores negros.

INTRODUÇÃO

É inegável a crescente difusão do gênero *Podcast* no Brasil. O formato tem ganhado grande visibilidade por sua praticidade, formato sob demanda e caráter descentralizado, facilitado pelo avanço da internet e das tecnologias digitais (Medeiros, 2007; Lemos, 2005). Atualmente, o Brasil ocupa o segundo lugar mundial em número de *podcasts*, com mais de 196 mil produções (Listen Notes). Nesse sentido, o presente trabalho pretende analisar criticamente o perfil do produtor brasileiro de *podcast*, baseado no levantamento estatístico da PodPesquisa Produtores 2020-2021, o mais recente a traçar o perfil racial e socioeconômico dos podcasters brasileiros, realizada pela Associação Brasileira de Podcasters. O projeto dirigido por Julian Catino englobou 24 das 27 unidades federativas do Brasil para investigar o cenário da cadeia produtiva de podcast. Os dados indicam que a quantidade de 58,8% dos realizadores de *Podcasting* no país são brancos, 75,7% são homens, 81,3%, heterossexuais, a maioria

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho GTNE16 - Estudos em Podcast, evento integrante da programação do 25º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 26 a 28 de junho de 2025.

² Professora do Curso de Comunicação Social da Uesc, email: prcluz@uesc.br.

³ Estudante de Graduação 8º. semestre do Curso de Comunicação Social da Uesc, email: bersantos.rti@uesc.br.

⁴ Estudante de Graduação 8º. semestre do Curso de Comunicação Social da Uesc, email: dasouza.rti@uesc.br

de 26,10% tem renda entre R\$5000 a R\$10.000, 54,21% é da região Sudeste e 65,70% produzem única e exclusivamente por hobby. Assim, percebe-se que o perfil do podcaster brasileiro segue o retrato do padrão social normativo, aquele que é dotado de privilégios e prestígio social e econômico na sociedade. Isso se reflete no fato de que o Brasil é marcado por um passado escravocrata que ainda hoje influencia suas estruturas sociais, revelando um caráter racista e classista. Em um país de maioria negra (55,5% da população, segundo o IBGE), a baixa representatividade negra nesse meio expõe desigualdades históricas. Silvio Almeida (2019, p. 48) afirma que o racismo é estrutural, integrado ao funcionamento “normal” das relações sociais, políticas e econômicas, sendo regra e não exceção.

O estudo também aponta a predominância de podcasts de sucesso protagonizados por pessoas brancas, enquanto iniciativas negras como Podpah e Mano a Mano ainda são exceções. Assim, o objetivo é refletir sobre as barreiras enfrentadas por criadores negros, por meio da análise de dados, podcasts populares e entrevista com Tiago Rogero, além de embasamento teórico em autores como Silvio Almeida, Maria Laura Barbosa Chaves e Ivonete da Silva Lopes.

O LUGAR DO NEGRO NO PODCAST BRASILEIRO

O estudo acerca da inserção do negro na mídia é um assunto atual e de extrema importância. Considerando a estrutura social racista inerente ao Brasil, percebe-se a disseminação de ações e ideais discriminatórios por todos os aspectos que regem a sociedade. O racismo opera no âmbito jurídico-legal e é percebido em mecanismos estatais, práticas cotidianas e vieses ideológicos que naturalizam uma sociedade racializada, em que o preconceito racial é entendido como processo histórico estrutural e estruturante das relações de poder contemporâneas (Almeida, 2019, p. 21). Assim, entende-se que a mídia, como uma instituição mercadológica (salvo os veículos comunitários) segue uma lógica racista internalizada e operacionalizada.

Um dos meios em que pode-se perceber este movimento é o *Podcast*. Enquanto o formato é cada vez mais consumido, a presença de produtores negros ainda é escassa – somente 41,2% dos realizadores são negros, num país em que o grupo representa mais da metade da população nacional, segundo o IBGE. Maria Laura Chaves (2008, p. 17) relata que a mídia é privilegiadamente considerada um “estado de opinião”, e ao

observar que é mínima a presença dos negros nos meios de comunicação no Brasil, a autora destaca que ainda vivemos o Mito da Democracia Racial. Este é um fato que vai além do *Podcast*, mas é notado nas publicidades, telenovelas, telejornais, editoriais de moda e revistas. O projeto do Estado brasileiro edificou um sistema midiático sem se atentar a qualquer dimensão da diversidade (racial ou de gênero), tendo o acesso aos recursos sido mediado pelas relações interpessoais e pelo capital social em um mercado restrito a determinados segmentos econômicos, políticos e religiosos (Lopes, 2021). Nesse sentido, os negros têm sido excluídos por possuírem menos recursos financeiros e capital político, situação agravada pela ausência de políticas para equilibrar o setor.

A mídia absorve, reelabora e transmite o imaginário coletivo nas representações sociais. Como fica o negro na mídia? Não muito diferente da sua realidade social. É verdade que a realidade está se modificando, o problema é que essa mudança é muito lenta. Enquanto isso os afro-brasileiros que estão à margem da sociedade desde a abolição da escravidão (e durante a escravidão), agora continuam marginalizados nas favelas, com acesso precário ao estudo e emprego e também sem ser representados na sociedade (cargos político) e na mídia (jornalistas, atores e personagens que realmente identifiquem os afro-brasileiros) (Lahni, 2007 p. 83).

A análise de alguns dos podcasts mais populares no Brasil — como “Café Com Deus Pai”, “the news”, “Psicologia na Prática”, “Inteligência Ltda.” e “A Mulher da Casa Abandonada” — revela que esses programas são protagonizados por pessoas brancas. O *podcast* evangélico Café Com Deus Pai, uma espécie de spin-off do livro de mesmo nome, liderou o ranking das produções mais ouvidas de 2024 no Spotify, segundo informações da própria plataforma. Ele é comandado pelo pastor Junior Rostirola, um homem branco de classe alta que, conforme a Exame, somava 3 milhões de assinantes e uma média de 200 mil audições por episódio em maio de 2024. O “the news”, do grupo Waffle, é um sucesso entre os internautas. O *podcast* surgiu da maior newsletter da América Latina, de mesmo nome, fundada pelo empresário Hernane Jr.. Desde a estreia, o programa já acumula mais de 5 milhões de plays, alcançando recentemente uma média de quase 50 mil plays por episódio (Adnews, 2024). O *podcast* de autoajuda que busca trazer a Psicologia de forma acessível, “Psicologia na Prática”, da Alana Anijar, foi o segundo mais ouvido em 2024. Já o “Inteligência Ltda.” visa ser um programa para debate de ideias livre de preconceitos e é apresentado por Rogério Vilela. O canal principal no YouTube possui mais de 2,6 milhões de inscritos e, estima-se que gere uma receita anual entre US\$ 26,1 mil e US\$ 417,3 mil (Aquino,

2021). Por fim, o fenômeno do jornal Folha de São Paulo, “A Mulher da Casa Abandonada” foi um dos podcasts mais ouvidos em 2022, segundo ranking do *Spotify*, e é também conduzido por um profissional branco: Chico Feltti, mestre em Escrita Criativa pela *Columbia University*.

É importante ressaltar que há *podcasts* de pessoas negras que fugiram das estatísticas e se tornaram populares no Brasil, entre eles, destaca-se o *Podpah* e o *Mano a Mano*. O *Mano a Mano* conta com uma figura ilustre já conhecida por todo o Brasil: Mano Brown, vocalista do grupo de *rap* Racionais MC's. Grande parte — ou até a totalidade — do público do programa já conhecia o artista previamente e foi atraída ao *podcast* por sua trajetória e relevância. Já o *Podpah* segue outra linha: tem como apresentadores Thiago Marques (Mítico) e Igor Cavalari (Igão), dois jovens negros da periferia do Rio de Janeiro que explodiram na internet durante o isolamento social, em meio a Pandemia de Covid 19. Em situações como esta de ascensão de pessoas negras e pobres, é comum emergir o discurso de que “qualquer um consegue”: basta esforço e dedicação para alcançar os próprios objetivos, independentemente da origem, raça ou classe social. No entanto, esse discurso meritocrático ignora as desigualdades estruturais do Brasil, desconsiderando que o acesso a oportunidades e visibilidade é um fator decisivo para o sucesso individual. (Bezerra, 2020).

O caso de Mítico e Igão pode se encaixar no que explica o jornalista e podcaster Thiago Rogero, em entrevista para o presente artigo: “*O diferencial [para ter sucesso], enfim, não vou falar que é trabalho porque todo mundo trabalha tanto... Tem um pouco de sorte, de tá' no lugar certo, na hora certa e tal. Acho que é isso.*” Thiago Rogero é o criador do *podcast* Projeto Querino, produzido pela Rádio Novelo em parceria com a Revista Piauí. É também o idealizador do *podcast* Vidas Negras (original *Spotify*) e do *podcast* Negra Voz (produzido pelo Jornal O Globo), que venceu o Prêmio Vladimir Herzog em 2020. Em seu currículo, o jornalista acumula passagens pela Rádio Novelo como gerente de criação e pelos veículos O Globo, O Estado de S. Paulo e BandNews FM como repórter.

Carregando a experiência de ser um homem negro produtor de *podcast* no Brasil, Thiago reconhece as desigualdades existentes no meio:

Pensando no mercado de jornalismo brasileiro, ainda é um mercado muito pouco diverso, majoritariamente branco, especialmente se a gente pensar nas grandes redações: é majoritariamente branco e de pessoas que moram nas regiões ricas, né? Das cidades. Aqui no Rio de Janeiro, por exemplo, são

redações compostas majoritariamente por pessoas que moram na Zona Sul. Os chefes são todos brancos, na maioria dos casos são homens brancos também. Pensando no mercado de podcast brasileiro, não muda muito assim, ainda é um mercado muito concentrado no Sudeste, majoritariamente masculino e majoritariamente branco (Tiago Rogero).

A fala endossa a questão do apagamento negro no *Podcast*, o qual é parte de um sistema midiático marcado pela ausência de negros como proprietários (Lopes, 2021).

Sobre o domínio branco, Tiago opina:

Eu acho que é um domínio burro que ajuda a explicar as constantes crises econômicas e mesmo de confiabilidade pelas quais passa o jornalismo brasileiro, e já passou da hora [...]. Mas, infelizmente, no jornalismo brasileiro, por mais que haja muitas pessoas que já tenham essa consciência e muitas iniciativas importantes nesse sentido, a gente ainda tá longe do ideal, a gente ainda tá longe de ter iniciativas ativas de busca por profissionais negros, não só para cargos de estágio e treinees que são muito importantes também, mas para cargos de chefia (Tiago Rogero).

Perguntado sobre dificuldades encontradas enquanto homem negro no ecossistema midiático, o entrevistado revela:

Eu vim de Belo Horizonte pra' trabalhar no Rio de Janeiro. Então, já sou uma pessoa de outra cidade... Por exemplo, na primeira redação que eu trabalhei que era a do Estadão, toda reunião eu lembro que as pessoas falavam sobre o Rio de Janeiro que elas viviam, que era um Rio de Janeiro muito rico, da Zona Sul, e todas já tinham viajado pra' não sei quantos países, já tinham uma bagagem cultural incrível e eu era um cara que vinha da periferia de Belo Horizonte [...] Então, as dificuldades que eu passei foram mais decorrentes desse "não apadrinhamento", que são dificuldades que pessoas negras encontram quando elas acessam esses lugares que são majoritariamente brancos. Nesse sentido, eu reconheço que essa é uma dificuldade também decorrente de raça (...) (Tiago Rogero).

Paralelamente, o bem-sucedido *podcaster* citado anteriormente, Chico Felitti, já possuía Mestrado numa universidade do exterior quando iniciou o programa A Mulher da Casa Abandonada, evidenciando a desproporção de oferta de oportunidades para pessoas negras e brancas no Brasil. Sobre a importância de uma equipe etnicamente diversa, Tiago dispara:

Tanto por perceber que isso é algo [que falta] no mercado de jornalismo brasileiro, quanto no mercado de podcasts, é que foi muito importante para mim, foi a base de tudo, sem isso eu não faria: ter equipes majoritariamente negras e majoritariamente femininas nesses dois principais projetos que eu fiz, que são "Vidas Negras" e o "Projeto Querino". E o resultado é o resultado que a gente teria como um todo se as redações fossem mais diversas mesmo, né? Que é qualidade, qualidade, qualidade [...]. Imagina se todas as redações fossem assim, né, se elas tivessem pelo menos a composição da nossa sociedade, teria mais qualidade; uma visão muito mais completa e complexa sobre os assuntos refletindo de fato como é a nossa sociedade (Tiago Rogero).

A entrevista finaliza com um conselho de Tiago para *podcasters* negros:

A dica é não desanimar, saber que é difícil mesmo, saber que demora, mas que pode ser muito prazeroso. Eu gosto sempre de pensar também nas métricas de sucesso que não as da sociedade de consumo, né. As métricas de sucesso da sociedade de consumo é “ah, tá tendo audiência, tá bem rankeado, tá sendo muito compartilhado, ganhou prêmio...” Enfim, eu gosto de pensar no nível de sucesso que é do pessoal, assim, uma pessoa que ouviu um episódio e que aquele episódio fez alguma diferença pro’ dia daquela pessoa, sabe? Que seja aprender algo que ela não sabia, que seja refletir algo de uma forma que ela ainda não tenha refletido, que seja abrir um sorriso, sabe? (Tiago Rogero)

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante do exposto, percebe-se que as adversidades enfrentadas por produtores negros de *podcasts* vão muito além da falta de visibilidade. Compreendemos que a mídia hegemônica no Brasil é amplamente dominada por pessoas brancas, e a escassa presença de indivíduos negros nos principais veículos radiofônicos e televisivos — que concentram grande parte da comunicação nacional — reforça o predomínio da branquitude; no caso dos podcasts, os dados apresentados neste artigo evidenciam a repetição desse mesmo padrão. Como já citado anteriormente (Lahni, 2007) a mídia reelabora e transmite um imaginário no qual as representações sociais fazem com que o negro não fique muito longe de sua realidade social original. O *podcast* é um dos meios de impulsionar as narrativas negras dos indivíduos que por muito tempo se mantiveram calados ou excluídos dos meios de comunicação. Contudo, o racismo se faz presente em práticas cotidianas e hábitos enraizados na sociedade, inclusive no meio midiático em que o *Podcast* está inserido.

Por fim, é fundamental que essa temática seja amplamente discutida, a fim de promover a expansão de perspectivas e incentivar debates tanto nos meios de comunicação quanto na sociedade em geral, ainda que se reconheça que as transformações não ocorrerão de forma imediata. Dentre inúmeras razões, ressaltamos que os espaços que trazem visibilidade precisam ser ocupados por pessoas negras para que cada vez mais, não só o *podcast*, mas as mídias transmitam representatividade e um pluralismo quanto à diversidade existente.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Silvio. **O que é racismo estrutural?** Belo Horizonte: Letramento, Justificando, 2018.

AQUINO, Renata. **Pedaços de sucesso**: como canais de cortes amplificam os podcasts no Brasil. **Blog Kabum**, 4 nov. 2021. Disponível em: <<https://blog.kabum.com.br/canais-cortes-amplifica-podcasts-brasil/>>. Acesso em: 10 abr. 2025.

BEZERRA, Juliana. Meritocracia: o que é, significado, no Brasil. **Toda Matéria**, [s. d]. Disponível em: <<https://www.todamateria.com.br/meritocracia/>>. Acesso em: 14 nov. 2023.

CAVALLINI, M. Proporção de pretos e pardos entre os pobres chega ao dobro em relação aos brancos, mostra o IBGE. **G1**, 11 nov. 2022. Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/noticia/2022/11/11/proporcao-de-pobres-pretos-e-pardos-chega-ao-dobro-em-relacao-aos-brancos-mostra-o-ibge.ghtml/>>. Acesso em: 14 nov. 2023.

CHAVES, Maria. **O negro na mídia Brasileira**. Monografia (Curso de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda), Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas, Centro Universitário de Brasília. Brasília, p. 40. 2008.

DO VALLE, Eduardo. Podcast evangélico foi o mais ouvido no Brasil em 2024; conheça top 5 do Spotify. **Rolling Stone Brasil**, 4 dez. 2024. Disponível em: <<https://rollingstone.com.br/entretenimento/podcast-evangelico-foi-o-mais-ouvido-no-brasil-em-2024-conheca-top-5-do-spotify/>>. Acesso em: 10 abr. 2025.

FREIRE, Eugênio. **Podpesquisa: Análise Educativa de Uma Pesquisa Sobre Podcasts**. Poiésis - Revista do Programa de Pós-Graduação em Educação, v. 7, n. 11, p. 149, 14 set. 2013.

LEMONS, André. **Cultura das Redes: Ciberensaios para o Século XXI**. Salvador: Edufba, 2002.

LOPES, Ivonete. Mídia Negra e Desigualdade na Estrutura Midiática: Apontamentos sobre Brasil e Estados Unidos. **Anagramas - Rumbos y sentidos de la comunicación**, Minas Gerais, v. 20, n. 1, p. 85-98, jan./abr. 2021. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/357700282_Midia_Negra_e_Desigualdade_na_Estrutura_Midiatica_Apontamentos_sobre_Brasil_e_Estados_Unidos/>.

POBREZA cai para 31,6% da população em 2022, diz IBGE. **CNN Brasil**, 06 dez. 2023. Disponível em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/economia/macroeconomia/pobreza-cai-para-316-da-populacao-e-m-2022-diz-ibge/>>. Acesso em: 10 abr. 2025.

“THE NEWS” se torna principal podcast de notícias do Brasil. **ADNEWS**, 14 nov. 2024. Inovação. Disponível em: <<https://adnews.com.br/the-news-se-torna-principal-podcast-de-noticias-do-brasil/>>. Acesso em: 10 abr. 2025.