



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA  
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO  
E CULTURA CONTEMPORÂNEAS**

**PAULA CRISTINA JANAY ALVES DE OLIVEIRA**

**TRETAS E TEXTÕES EM ÁUDIO:**

**Historicidades, tecnicidades e sensibilidades de *podcasts* brasileiros**

**Salvador**

**2018**

**PAULA CRISTINA JANAY ALVES DE OLIVEIRA**

## **TRETAS E TEXTÕES EM ÁUDIO:**

**Historicidades, tecnicidades e sensibilidades de *podcasts* brasileiros**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Faculdade de Comunicação – Universidade Federal da Bahia – como requisito parcial para obtenção do grau de Mestra em Comunicação e Cultura Contemporâneas.

Orientadora: Itania Maria Mota Gomes

**Salvador**

**2018**



ATA DE DEFESA PÚBLICA DE DISSERTAÇÃO DE MESTRADO

Aos vinte dias do mês de fevereiro do ano de dois mil e dezoito, às quinze horas e trinta minutos na sala cinco do PÓSCOM da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia, deu-se a sessão pública de defesa de Dissertação de **PAULA CRISTINA JANAY ALVES DE OLIVEIRA** para a concessão do título de Mestre em Comunicação e Cultura Contemporâneas. Em exame, a dissertação intitulada "**A NOVA ERA DE OURO DO RÁDIO?: Historicidades, tecnicidades e sensibilidades de podcasts brasileiros**", realizada sob a orientação da Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Itania Maria Mota Gomes. A banca examinadora designada pelo Colegiado do Curso foi composta pela Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Tatiana Rodrigues Lima (UFRB) e pela Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Juliana Freire Gutmann (PósCom/UFBA), além da orientadora, que a presidiu. Após exposição a candidata foi arguida oralmente pelos membros da banca. Em seguida, esta reuniu-se em separado para deliberar sobre o trabalho da candidata, considerando a dissertação:

- APROVADA, devendo a candidata entregar a versão final no prazo máximo de 90 dias.
- APROVADA CONDICIONALMENTE, devendo a candidata satisfazer, no prazo máximo de 60 dias, às exigências listadas na Folha de Modificações de Dissertação de Mestrado anexa à presente ata.
- REPROVADA.

Finda a deliberação, foi lavrada a presente ata que é abaixo assinada pelos membros da banca examinadora e pela candidata:

Salvador, 20 de fevereiro de 2018.

*Tatiana R. Lima*  
\_\_\_\_\_  
*Juliana Freire Gutmann*  
\_\_\_\_\_  
*Itania Maria Mota Gomes*  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Ficha catalográfica elaborada pelo Sistema Universitário de Bibliotecas (SIBI/UFBA),  
com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).

Janay, Paula  
Tretas e textões em áudio: Historicidades,  
tecnicidades e sensibilidades de podcasts brasileiros  
/ Paula Janay. -- Salvador, 2018.  
169 f. : il

Orientadora: Itania Maria Mota Gomes.  
Dissertação (Mestrado - Programa de Pós-Graduação em  
Comunicação e Cultura Contemporâneas) -- Universidade  
Federal da Bahia, Faculdade de Comunicação, 2018.

1. podcasts. 2. estudos culturais. 3.  
tecnicidades. 4. historicidades. 5. sensibilidades.  
I. Gomes, Itania Maria Mota. II. Título.

## **AGRADECIMENTOS**

A Itania Maria Mota Gomes, pela orientação dedicada e pela partilha generosa de conhecimento. Agradeço pela constante fonte de inspiração profissional e de luta política.

Aos queridos colegas do TRACC (Centro de Pesquisa em Estudos Culturais e Transformações na Comunicação) pela leitura deste trabalho e pelos comentários valiosos para a elaboração da dissertação. Agradeço, mais ainda, pela construção de um ambiente de pesquisa enriquecedor e acolhedor que contribuiu para o desenvolvimento desse trabalho nos últimos dois anos.

Um agradecimento especial à companhia e ao apoio de Elisa Bastos Araujo, Fernanda Caldas, Mariana Pereira e Tess Chamusca, sem as quais todo o processo do mestrado seria infinitamente solitário.

Aos amigos, especialmente Emilly Mascarenhas, minha amiga de infância e vizinha que compartilha comigo sonhos, planos e projetos acadêmicos, a Rodrigo Lessa, amigo querido e grande incentivador, e a Eduarda Sampaio, pela companhia e conversas depois das aulas em Letras.

Por fim, e mais importante, agradeço ao meu companheiro de vida e namorado, Lucas Cunha, por ter embarcado nessa aventura comigo. A companhia, o apoio, o ombro amigo e o conforto nos dias difíceis me fizeram ter certeza de que não ando só. Obrigada por cuidar de todo o resto para que eu me dedicasse ao trabalho. Essa vitória é nossa. E que venham as próximas.

## RESUMO

Esta dissertação tem o objetivo de analisar a articulação entre tecnicidades e sensibilidades em *podcasts* brasileiros, a partir de uma perspectiva que considere as historicidades da linguagem sonora. Nos distanciamos de abordagens que avaliam os *podcasts* como uma ferramenta e nos aproximamos da perspectiva de autores como Raymond Williams para considerar os *podcasts*, ao mesmo tempo, enquanto tecnologia e forma cultural. Para compreender a relação entre as tecnologias - cada vez mais presentes nas nossas vidas cotidianas e mediadoras das nossas formas de consumir, das nossas sensibilidades, afetos e identidades - com os processos de transformações culturais, nos aproximamos do conceito de tecnicidade, como pensado por Jesus Martín-Barbero. O conceito de tecnicidade é entendido aqui como a dimensão social da técnica, presente em todas as sociedades. Assumimos o esforço de interpretar o que nas linguagens dos *podcasts* podemos ver de transformações nas formas de perceber e sentir, em relação com contextos culturais e sociais. Neste trabalho, os usos da linguagem sonora e das possibilidades de publicação e das interações das redes digitais são tomados enquanto tecnicidades. Com a ajuda do conceito de historicidades, podemos interpretar as distintas temporalidades presentes nos *podcasts* analisados. No Mapa das Mediações, a mediação da tecnicidade diz respeito à articulação entre valores e linguagens. No Mapa das Mutações, o autor aproxima tecnicidade de identidade e demonstra a sua relação com as transformações de tempos e fluxos. Em nossa pesquisa, articulamos os Mapa das Mediações e o Mapa das Mutações como instrumentais teóricos e metodológicos para interpretar o que nos *podcasts* se configuram enquanto historicidades e contextos para, então, entender os processos de transformações. Esta dissertação nasce no contexto de aumento do interesse sobre os *podcasts* no Brasil a partir de 2014, com a popularização do formato e ampliação do número de programas e ouvintes no Brasil e no mundo. Após levantamento e um processo de escuta de *podcasts* brasileiros diversos, identificamos sensibilidades articuladas a identidades e política para compor nosso *corpus*. *NerdCast*, *Mamilos*, *AntiCast* e *Desobediência Sonora* foram escolhidos por demonstrarem articulações entre tecnicidades e sensibilidades. Ao invés de considerarmos o rádio como algo da ordem do passado e os *podcasts* como algo da ordem do futuro, a análise das historicidades nos permitiu ver o movimento histórico contínuo e as diferentes temporalidades que coexistem em um mesmo processo comunicacional. Percebemos, através da nossa análise, que os *podcasts* convocam tecnicidades referentes às nossas memórias do rádio e combinam matrizes midiáticas e culturais relacionadas a programas sonoros, mas também a programas audiovisuais como debates e *talk shows*, e articulam, ao mesmo tempo, tecnicidades características da internet e da cultura da conectividade.

**Palavras-chave:** tecnicidades; sensibilidades; historicidades; *podcast*; estudos culturais

## ABSTRACT

The aim of this research is to analyze the articulation between technicalities and sensibilities in Brazilian podcasts, from a perspective which considers the historicities of the sound language. The approaches that consider podcasts as a tool have been distanced and we have been approximated to the perspective of authors like Raymond Williams, who consider podcasts as a technology and cultural form, at the same time. To understand the relation between technologies - which is increasingly in our daily lives and it has been mediating our ways of consume, sensibilities, affections and identities - and the processes of cultural transformation, we have been approximated to the concept of technicality, as it was thought by Jesus Martin-Barbero. The concept of technicality is understood here as the social dimension of the social technique present in all societies. In articulation with the concept of contemporary sensibilities, which is composed of cultural and discursive apparatuses, it directs ways of being in the world and the ways in which texts acquire meaning, we take the effort to interpret what in the languages of the podcasts we can see of transformations in the ways of perceiving and feeling, in relation to cultural and social contexts. In this research, the uses of the sound language, the possibilities of publication and the interactions of digital networks are taken as technicity. We can interpret, with the help of the concept of historicity, the different temporalities present in the analyzed podcasts. In the Map of Mediations, the mediation of technicality concerns the articulation between values and languages. In the Map of Mutations, the author approximates the technicality to identity and demonstrates its relation with the transformations of times and flows. In our research, it was articulated the Map of Mediations and the Map of Mutations as theoretical and methodological instruments to visualize what in podcasts is characterized as historicities and contexts and then to understand the processes of transformation. This research was born in the context of an increasing interest in podcasts in Brazil from 2014, with the popularization of the format and the rise in the number of podcasts and listeners in Brazil and in the world. After collect and listen to several Brazilian podcasts, we identified sensitivities related to identities and politics to compose our *corpus*. The podcasts *NerdCast*, *Mamilos*, *AntiCast* and *Desobediência Sonora* were chosen for demonstrating articulations between technicalities and sensitivities that was identified in our research. Instead of considering radio as something of the past and podcasts as something of the future, the analysis of historicities has allowed to see the continuous historical movement and the different temporalities that coexist in the same communication process. We realized from the analysis that podcasts summon for technicality relating to memories from radio and combine media and cultural matrices related to sound programs, but also audiovisual genres such as the program of debates and talk shows, and articulate, at the same time, technicalities characteristics of the internet and the culture of connectivity.

**Key-words:** technicality; sensibility; historicity; podcast; cultural studies

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Mapa das Mediações.....	51
Figura 2: Mapa das Mutações .....	62
Figura 3: Captura de tela da <i>homepage</i> do Jovem Nerd.....	70
Figura 4: Captura de tela da seção <i>NerdCast</i> . .....	72
Figura 5: Captura de tela da capa do <i>NerdCast</i> 591 sobre Fake News. ....	84
Figura 6: Captura de tela do aplicativo Jovem Nerd. ....	84
Figura 7: Captura de tela da página principal do <i>Mamilos</i> .....	93
Figura 8: Captura de tela da seção <i>AntiCast</i> .....	112
Figura 9: Captura de tela dos <i>podcasts</i> da rede <i>AntiCast</i> . ....	113
Figura 10: Captura de tela do blog <i>Desobediência Sonora</i> . ....	131
Figura 11: Captura de tela do <i>podcast</i> <i>Desobediência Sonora</i> no YouTube.....	132
Figura 12: Reprodução da logomarca do <i>podcast</i> <i>Desobediência Sonora</i> .....	133

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO .....</b>	<b>10</b>
<b>2. A NOVA ERA DE OURO DO RÁDIO? DISPUTAS SOBRE <i>PODCASTS</i> .....</b>	<b>20</b>
2.1 A tecnologia como agente de transformação.....	21
2.2. Conectados. Livres. Multitarefa: os <i>podcasters</i> .....	25
2.3 Reconheçam como somos bons!.....	29
2.4 <i>Podcast</i> : o rádio em tensão.....	32
2.5 “Desligue o rádio. Ouça <i>podcasts</i> ”.....	35
<b>3. MARCO TEÓRICO-METODOLÓGICO .....</b>	<b>38</b>
3.1. Estudos culturais, comunicação, cultura e tecnologia .....	38
3.1.1 Do Mapa das Mediações ao Mapa das Mutações.....	48
3.1.2 Tecnicidades .....	55
3.1.3 Mapa das Mutações: transformações no tempo e no espaço .....	61
<b>4. ANÁLISES: ARTICULAÇÕES ENTRE SENSIBILIDADES E TECNICIDADES ...</b>	<b>70</b>
4.1 <i>NerdCast</i> : conectividade, tecnologia e consumo cultural como identidade .....	70
4.1.1 #NerdPower: o que é ser um <i>nerd</i> que escuta o <i>NerdCast</i> .....	73
4.1.2 Tecnicidades e historicidades: experimentação na linguagem para nerds .....	77
4.1.3 Tecnologia e juventude: tecnicidades configuradoras da identidade do jovem <i>nerd</i> .....	87
<b>4.2 <i>Mamilos</i>: o <i>podcast</i> que transforma a treta em jornalismo.....</b>	<b>93</b>
4.2.1 Reconhecimento: sensibilidades articuladas aos feminismos contemporâneos .....	96
4.2.2 A “Teta da Semana” como expressão das tretas cotidianas na internet .....	99
4.2.3 A institucionalização da “treta”: adesão ao jornalismo .....	103
4.2.4 Tecnicidades e a cultura colaborativa da internet.....	106
<b>4.3 <i>AntiCast</i>: o textão em áudio .....</b>	<b>112</b>
4.3.1 “Textão” em áudio: tecnicidades e sensibilidades de esquerda no <i>AntiCast</i> .....	115
4.3.2 “Desconstruções” e disputas nas formas de fazer política .....	119
<b>4.4 <i>Desobediência Sonora</i>: rupturas e continuidades de um som desobediente.....</b>	<b>129</b>
4.4.1 <i>Podcasts</i> como articulação de lutas e sensibilidades de resistência .....	133
4.4.2 A música como expressão de sensibilidades e as historicidades do rádio.....	141
<b>5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>147</b>
<b>6. REFERÊNCIAS.....</b>	<b>158</b>
<b>ANEXO A.....</b>	<b>166</b>

## 1. INTRODUÇÃO

---

A publicação de formatos de áudio na internet, que depois viriam a ser chamados de *podcasts*<sup>1</sup>, no início dos anos 2000, adiciona mais um elemento de tensionamento nas disputas sobre as possíveis mudanças que ocorreriam nos meios de comunicação com a popularização da internet. Conectados. Livres. Multitarefa. Independentes. Os “internautas” desse período, um termo que atualmente soa anacrônico, eram descritos como aficionados por tecnologia que se aventuravam na criação de *podcasts* e *audioblogs* e acompanhavam o crescimento da popularidade dos tocadores de áudio portáteis que permitiam a escuta desses arquivos após *download*. Discursos como esses acompanham a história dos meios de comunicação independentemente de qual novo meio estamos falando. O cinema, o rádio, a televisão, a comunicação via satélite, etc, já foram descritos como vilões ou mocinhos de transformações sociais e culturais a depender de quem narrava a história.

Com os *podcasts* não foi diferente. Imprensa, pesquisadores e produtores afirmavam que os *podcasts* eram uma forma alternativa ao rádio, potencialmente revolucionária, e que permitiriam um acesso ilimitado a plataformas de produção de conteúdo e divulgação, além de dar acesso a vozes, formatos e ideias que o rádio comercial não poderia ou não teria interesse de dar. Um dos pontos centrais das discussões sobre os *podcasts*, naquele momento, era a transformação nos modos de ouvir gerados pela criação de um novo meio e o barateamento da produção, em um cenário de crescimento da utilização de tecnologias móveis com acesso à internet. Aos poucos, a euforia inicial foi se dissipando, e hoje o que vemos é a gradual incorporação dos *podcasts* enquanto ferramentas de distribuição de grandes empresas de comunicação, ao mesmo tempo em que criadores de *podcasts* independentes disputam os discursos sobre os modos de fazer e consumir.

Mais de 10 anos passados do registro do primeiro *podcast* nacional<sup>2</sup>, uma nova onda de euforia se inicia mundialmente com a popularização dos *podcasts* e a promessa do que está

---

<sup>1</sup> O termo *podcast* é um neologismo por aproximação da palavra *broadcasting*, feito através da junção do sufixo *casting*, que significa distribuição ou difusão, e o prefixo *pod*, uma referência ao dispositivo móvel iPod (PRIMO, 2005, p. 22). *Podcasts* são arquivos de áudio publicados na internet através de serviços de assinatura como o sistema Real Simple Syndication (RSS) ou através de *download* direto em sites e blogs. Geralmente, são escutados através de sistema de assinaturas em aplicativos como iTunes, Soundcloud e Spotify. No Brasil, é comum que os produtores optem pelas duas formas de distribuição e hospedagem, mantendo os arquivos disponíveis nos agregadores e também disponível para *download* nas páginas que os hospedam.

<sup>2</sup> O *Digital Minds*, lançado em 2004, é considerado o primeiro *podcast* brasileiro.

sendo chamada de “a nova era de ouro do rádio”. O sucesso mundial do *podcast Serial*, lançado no final de 2014, levou o termo *podcast* para além das editorias especializadas em tecnologia, e foi acompanhado do aumento do interesse sobre o assunto. Em 2015, *podcasts* nacionais completam mais de 10 anos de criação ao mesmo tempo em que estampam, pela primeira vez, matérias em veículos semanais de grande circulação, como a *Veja*<sup>3</sup>. Em dezembro de 2017, o programa de entrevistas *Conversa com o Bial*, da Rede Globo, lança um *podcast* com versões em áudio das entrevistas exibidas no programa, no mesmo período em que Juliana Wallauer, uma das apresentadoras do *podcast Mamilos*, um dos mais escutados do Brasil, é convidada ao programa para, entre outras coisas, explicar ao público televisivo o que é um *podcast*.

Esta dissertação nasce no contexto de aumento do interesse sobre os *podcasts* no Brasil a partir de 2014. Os programas independentes brasileiros, com o crescimento do número de ouvintes e o aumento das formas de financiamento coletivo para programas que não possuem vínculos com rádios comerciais, coexistem com iniciativas de empresas como a rádio CBN, no Brasil, e a BBC, como um dos maiores investidores no formato em língua inglesa. A possibilidade de acesso a incontáveis *podcasts*, através dos programas agregadores, faz com o fenômeno seja percebido como uma tendência global, com consequências para as formas de fazer e consumir a linguagem radiofônica.

Nosso objetivo é interpretar o fenômeno dos *podcasts* brasileiros por uma perspectiva de pesquisa filiada aos estudos culturais. Uma tradição de estudos que encara o consumidor como um sujeito ativo e que entende que os meios de comunicação devem ser interpretados a partir das práticas cotidianas. Dessa forma, nos afastamos das perspectivas que analisam o *podcast* como uma ferramenta, uma tecnologia ou aparato tecnológico que, por seu surgimento, já traria modificações. Na nossa abordagem, entendemos o *podcast* como uma tecnologia e, ao mesmo tempo, como uma forma cultural. Identificamos os discursos sobre os *podcasts* e o inserimos em discursos maiores sobre a técnica, sobre os meios, sobre consumo e sobre a internet, para que consigamos interpretar nas linguagens dos programas o que se refere a matrizes culturais próprias da linguagem e distribuição radiofônicas e o que é parte do processo de transformação cultural que vivemos.

O interesse de realizar uma pesquisa que entenda o caráter histórico e cultural dos produtos para então compreender os processos de transformação nos aproxima do conceito de historicidade. Recusamos a premissa de que mudanças tecnológicas automaticamente resultem em diferentes formas de criar e diferentes formas de ouvir. O conceito de historicidade nos

---

<sup>3</sup> "Todas as estações", matéria publicada em 15 de abril de 2015, na Revista *Veja*.

permite procurar não a mudança, mas a mutabilidade, não tanto em busca das referências do passado, mas dos movimentos contínuos de transição, tentando entrever nesse processo quais são as disputas de sentidos e as diversas marcas temporais que coexistem (GOMES et al., 2017, p. 4). O conceito de historicidade nos ajuda a questionar as maneiras como a historiografia dos meios de comunicação é construída. É um conceito que disputa e descarta a perspectiva evolucionista da técnica, tão comum nos discursos citados sobre os *podcasts* no início desta introdução. A partir da análise das historicidades de um produto comunicacional, o que buscamos ver é como as formas, linguagens e discursos fazem parte de um movimento histórico que não é linear, dividido entre passado e futuro, mas é expresso a partir das diferentes temporalidades que coexistem em um mesmo processo comunicacional.

Esta dissertação se dedica, então, a interpretar quais sensibilidades estão articuladas aos *podcasts* brasileiros *NerdCast*, *Mamilos*, *AntiCast* e *Desobediência Sonora* e como elas estão relacionadas a historicidades das tecnicidades da linguagem sonora. Fazemos isso através da premissa de que mudanças nas linguagens não estão atreladas apenas a dimensões técnicas – como o surgimento de um novo meio, uma nova tecnologia e novos aparatos – mas estão relacionadas a mudanças na estrutura de sentimento de uma sociedade, nos termos de Raymond Williams. Nosso objetivo nesta dissertação é entender como as sensibilidades são incorporadas nos *podcasts* analisados no nosso *corpus* através da importante mediação da tecnicidade, ou seja, aquilo que diz sobre os valores da técnica e sobre as linguagens que implicam formas de criação e percepção, no nosso caso, formas de ouvir.

A mediação da tecnicidade é um conceito definido por Jesús Martín-Barbero como desenvolvimento de sua trajetória teórica de pensar o processo comunicacional a partir do lugar de enfrentamento entre consumidores e os meios, o que ele chama de mediações. Mediações seriam aproximadas à metáfora de estruturas que delimitam a experiência a partir dos lugares que configuram o viver em sociedade. A família, o cotidiano, a temporalidade social e demais mediações seriam esses processos estruturantes que configuram o processo comunicativo.

Pensada como a mediação mais importante para entendermos a relação entre as tecnologias, os aparatos, os meios de comunicação, as linguagens, as nossas formas de percepção e as formas de sentir, a mediação da tecnicidade nos ajuda a compreender que a dimensão social da técnica é constitutiva de qualquer sociedade. Tecnicidade vem do desenvolvimento do Mapa das Mediações na tentativa de Martín-Barbero de aproximar a técnica, e sua importância na atualidade, ao mesmo lugar fonético das palavras racionalidade, socialidade e identidade. Para o autor, por menor que seja, cada sociedade tem um “sistema técnico”, um conjunto de valores que irá mediar a relação com as tecnologias.

Aqui tomamos tecnicidade como um organizador perceptivo, aquilo que direciona o nosso olhar através dos valores. Os usos da linguagem sonora, das possibilidades de publicação e das interações das redes digitais são tomados aqui enquanto tecnicidades. O conceito de tecnicidade, assim como entendido por Jesús Martín-Barbero, é utilizado para entrever como mudanças, continuidades e rupturas dos *podcasts* analisados estão relacionadas ao estatuto social da técnica, aos valores sentidos e vividos que permeiam esses *podcasts* historicamente e, a partir disso, como as sensibilidades acionadas na linguagem sonora e nas materialidades deixam ver novas e velhas tecnicidades apropriadas para a construção desse fenômeno. As tecnicidades e sensibilidades relacionadas aos *podcasts* não se referem, simplesmente, aos dispositivos tecnológicos, mas às práticas criadas a partir desses aparatos.

Para Martín-Barbero, mudanças nas tecnicidades estão conectadas a mudanças nas sensibilidades. O autor se inspira em Walter Benjamin para interpretar a dinâmica que existe entre as novas aspirações sociais e as novas tecnologias de reprodução. A transformação material trazida pelas mudanças tecnológicas é acompanhada de inovações discursivas que resultam desse processo. Tentamos interpretar como as transformações sociais acham expressão nas formas de sentir a partir da mediação das tecnicidades articuladas aos *podcasts* analisados.

Percebemos a importância de utilizar, no primeiro capítulo desta dissertação, um mapeamento dos discursos relacionados aos *podcasts* em sua história, a partir da crítica cultural, produtores e discurso acadêmico. Fazemos esse levantamento articulando-o ao conceito de discurso e formação discursiva de Michel Foucault (2008). Para o autor, um discurso é um corpo de enunciados, textos, formas, etc. que fazem parte da construção de saberes sobre um determinado assunto, gerando formas de conhecimento associadas a esse tópico, o que orienta práticas e aquilo que pode ser dito e não dito, o que é reconhecido socialmente como verdade. Quando esses enunciados, conceitos e escolhas temáticas podem ser definidos com alguma regularidade – "uma ordem, correlações, posições e funcionamentos, transformações" (FOUCAULT, 2008, p. 43) –, o autor considera que exista uma formação discursiva.

O movimento de interpretar quais são os discursos em disputa sobre os *podcasts* nos permite melhor interpretar quais sensibilidades contemporâneas são acionadas nesses produtos e quais valores que operam na mediação da tecnicidade, o que nos ajuda a analisar as materialidades dos *podcasts* no terceiro capítulo. Em torno dos *podcasts* há disputas discursivas que expressam valores sobre a tecnologia e, principalmente, sobre a internet, que são dominantes em nossa sociedade, demonstrando que na construção desses programas operam tecnicidades que funcionam como mediadoras das formas que os produtores irão dar para os programas e, conseqüentemente, também medeiam as práticas e apropriações desses programas

para quem os consomem. Ao invés de nos concentrarmos nessas duas “partes” do processo – produtores e consumidores –, o nosso interesse é na mediação da tecnicidade, em como ela influencia na expressão das formas, nas materialidades desses programas, e como isso nos permite analisar quais são as sensibilidades que operam como organizadoras discursivas desses *podcasts*.

Em sequência, no nosso capítulo teórico-metodológico, fazemos o esforço de apresentar os conceitos e ferramentas metodológicas que utilizamos nas análises. Num primeiro momento, antes de nos concentrarmos na mediação da tecnicidade, revisamos o tratamento que autores dos estudos culturais fazem da palavra “tecnologia” e das implicações do nosso entendimento de tecnologias nos meios de comunicação. Pensar tecnologia como um resultado do desenvolvimento humano e sinônimo de progresso histórico ressoa no entendimento sobre as consequências das transformações dos meios de comunicação na sociedade. Considerar os meios de comunicação como meros aparatos tecnológicos, como vimos neste capítulo, é uma decisão epistemológica que tem efeitos nos estudos dos meios. Quando pensamos nos meios apenas como tecnologia, chegamos rapidamente à conclusão de que, a cada novo meio, a história recomeça e as regras do jogo mudam, ou que, necessariamente, presenciamos mudanças e transformações ligadas à técnica, afirmação comum nos discursos sobre os *podcasts* que acompanhamos no primeiro capítulo.

É no capítulo teórico que expomos nossa escolha teórico-metodológica pelos mapas de Jesus Martín-Barbero, que funcionam como guias para interpretar como as materialidades dos programas são mediadas pelas relações que perpassam todo processo comunicativo. Ao invés de avançarmos nos esforços de análise sobre cada uma das mediações no capítulo analítico, entendemos que é a partir dos produtos que vamos fazer as conexões articuladas nos mapas. A partir do nosso entendimento de tecnologia fica mais proeminente a nossa escolha pelo conceito de tecnicidade, aprofundado nesse capítulo. Pretendemos deixar claro que nossa escolha não significa desprezar o cada vez maior papel da tecnologia nas nossas vidas cotidianas, na regulação das nossas vidas, nas construções das sensibilidades. O Mapa das Mutações é o apoio conceitual e metodológico que utilizamos para conseguir interpretar o processo de transformação que estamos vivendo. A mediação da tecnicidade e a escolha de utilizar o Mapa das Mutações condensa esforços para entender a técnica não como instrumental, mas como parte de um entorno tecnocomunicativo do qual todos os meios fazem parte.

Para o nosso capítulo analítico, fizemos um movimento de escolher *podcasts* brasileiros que estejam conectados a sensibilidades contemporâneas. Entendemos que a nossa capacidade analítica ganha um potencial maior quando analisados produtos brasileiros, por acreditarmos

que as matrizes culturais nesses *podcasts* fazem parte de uma cultura compartilhada, sem deixar de considerar que são perpassadas por fluxos globais. Para tal, primeiro fizemos um levantamento de quais são os gêneros e os *podcasts* mais escutados no Brasil atualmente<sup>4</sup>.

Para escolhermos os *podcasts* que compõem o nosso *corpus*, o *NerdCast*, o *Mamilos*, o *AntiCast* e o *Desobediência Sonora*, fizemos a delimitação de analisar apenas aqueles que se identificam como independentes, ou seja, sem vínculos diretos com rádios comerciais. Longe de defender uma relação direta entre *podcasts* independentes e novas formas de fazer, perceber e sentir, entendemos que esse discurso sobre os *podcasts* independentes, em contraposição ao rádio comercial, nos ajuda a perceber as ambiguidades daquilo que se apresenta como novo e o que é incorporado efetivamente nas linguagens e práticas. A partir disso, nossa análise poderia interpretar como essas outras sensibilidades – ou seja, sensibilidades que operam como oposição ao que há de dominante na sociedade atual em termos de lógicas de produção, formas de financiamento, valores e linguagens – são expressas nas linguagens e se confirmam a partir de outras tecnicidades possíveis. Percebemos que esse movimento deixa de lado apropriações que o jornalismo, as rádios comerciais e outros veículos de comunicação fazem dessa forma de distribuição, no entanto, entendemos que essa lacuna abre espaços para futuras pesquisas.

Entre os gêneros mais escutados há a predominância do *talk show*, com entrevistas e a presença de apresentadores fixos que convidam pessoas para falar sobre temas configurados como o principal assunto do *podcast*. Entretenimento, comentários e resenhas de produtos culturais contemporâneos como filmes, séries e livros são os principais temas. Em sequência, há os *podcasts* sobre tecnologia. Além deles, temos os *podcasts* atrelados ao aspecto educacional e didático, como aqueles dedicados ao ensino de inglês, além de ensinamentos sobre carreira profissional, empreendedorismo e saúde. Podemos perceber, com o mapeamento dos *podcasts* mais escutados no Brasil, um perfil de público com níveis educacionais e poder aquisitivo altos e grande consumidor de produtos culturais populares, além de uma tendência ao público interessado em tecnologia e comunicação<sup>5</sup>.

A partir desse levantamento e da escuta de *podcasts* diversos, direcionamos nosso processo de escolha para as sensibilidades identificadas a partir da escuta desses *podcasts*.

---

<sup>4</sup> Esse levantamento foi feito a partir do *ranking* de mais ouvidos no iTunes. Não consideramos essa amostra ideal, pois apenas aborda aqueles que são ouvidos através do sistema operacional iOS e através de computadores fixos que tenham o programa iTunes, deixando de lado os *podcasts* mais ouvidos por quem escuta através do sistema Android, sistema operacional mais utilizado nos *smartphones* pelos brasileiros. Além de deixar de fora os *podcasts* que não estão agregados a essa plataforma. No entanto, é comum que usuários de iOS sejam o grupo que mais ouve *podcast* entre os donos de *smartphones* (PODPESQUISA, 2014).

<sup>5</sup> Dados obtidos através da PodPesquisa 2014. Segundo o levantamento, feito através de questionário online, em 2014, 87% dos respondentes eram homens, com média de 25 anos de idade, com nível superior, a maioria profissionais do setor de tecnologia, moradores do estado de São Paulo, e com acesso à internet banda larga.

Entendemos que, entre os *podcasts*, assim como nos demais produtos comunicacionais, há o acionamento de sensibilidades que se conformam a partir do consumo e compartilhamento de produtos culturais e aparatos tecnológicos contemporâneos. Esses *podcasts* nos ajudaram a ver como se expressam tecnicidades relacionadas a sensibilidades que fazem parte do processo de conformação de identidades contemporâneas, cada vez mais articuladas com os meios de comunicação. Essas identidades estão inseridas em disputas sobre sensibilidades políticas importantes no cenário contemporâneo. Política aqui é utilizada para além do âmbito institucional, nos aproximando do que Grossberg (2010a) desenvolve do político enquanto uma dimensão ou articulação das práticas cotidianas, em que os corpos são constituintes e uma instância da disputa política, assim como o Estado.

A partir disso, a escolha do *NerdCast* se mostrou acertada por ser o *podcast* que congrega a identificação do sujeito *nerd*, identidade definida a partir do consumo de produtos culturais e sua relação com a tecnologia. O *NerdCast*, por ser o *podcast* mais escutado, é também o mais rentável financeiramente e um dos mais antigos online. Suas características dão oportunidades de interpretar o desenvolvimento das lógicas de produção e de linguagem dos *podcasts* ao longo do tempo. É também o *podcast* considerado pelos produtores como o que estabeleceu as regras de linguagem em seu gênero, chamado pelos *podcasters*<sup>6</sup> de “mesa de bar”. Como principal achado de nossa análise, percebemos como as sensibilidades articuladas ao *NerdCast* medeiam esforços de linguagem relacionados à identidade *nerd*, como a elaboração de episódios especiais que tentam reproduzir em áudio jogos de RPG, uma prática associada a esse grupo, por exemplo. A tecnologia e a juventude, por sua vez, também operam articuladas no *NerdCast* como mediadoras das escolhas de linguagens. Ser jovem e *nerd* no *NerdCast* passa essencialmente pela relação com produtos da cultura pop e a facilidade de manipulação de inovações tecnológicas. Esse entrelaçamento da juventude com a tecnologia, nesse *podcast*, esvazia disputas políticas relacionada aos jovens, como rebeldia e contestação, se configurando apenas pelo aprofundamento da adesão a valores do capitalismo global.

O movimento de criação de *podcasts* que tenham como ênfase o fato de serem feitos por mulheres, como o *Feito por Elas, As Matildas*, e a criação da rede *Mulheres Podcasters*, nos fez escolher o *Mamilos* para interpretar como sensibilidades contemporâneas relacionadas às mulheres e ao feminismo, um aspecto presente em muitos produtos culturais contemporâneos, seriam apropriadas para o formato. Criado a partir do interesse de disputar um espaço de produção majoritariamente masculino, o *Mamilos* aciona, principalmente,

---

<sup>6</sup> Palavra do inglês que, em tradução literal, significa “aqueles que fazem *podcasts*”.

sensibilidades relacionadas ao jornalismo como principal esforço de linguagem do programa. Ao se apropriar da “treta” enquanto tecnicidade para elaboração de seus programas, o *podcast* investe em linguagens e valores que expõem ambiguidades em relação aos discursos aos quais se ancora. As sensibilidades articuladas no *Mamilos* deixam ver disputas por outras formas de fazer jornalismo e se traduzem em linguagens que, ao invés de apontar para formas que poderiam deixar ver novas formas de sentir, se apegam a formatos consolidados no rádio como a mesa de debates, e a valores jornalísticos institucionalizados, como a imparcialidade e a reunião de ideias para a formação de debates na esfera pública. Mesmo com o apelo à treta, o que o *Mamilos* faz é tentar adequar as formas de interação de ideias e disputas na internet a uma linguagem que é considerada legitimada pelo programa.

A polarização marcante da cultura política brasileira contemporânea, com o acirramento de tensões entre partidarismos e visões de esquerda e de direita após as eleições de 2014 e o *impeachment* sofrido pela presidenta Dilma Rousseff, nos levou a escolha do *podcast AntiCast*. Sensibilidades articuladas ao *podcast* estão relacionadas a tecnicidades presentes online, como a utilização das redes sociais, mais marcadamente o Facebook, para a exposição de ideias políticas e discussão, uma prática que ficou popularmente conhecida como “textão”. No *AntiCast*, o “textão em áudio” é tomado enquanto tecnicidade, aquilo que direciona os modos de fazer do *podcast*, e está relacionado a discursos institucionalizados, marcados pelo apelo a instituições como a universidade, e o Direito, mas também expressam disputas por outras formas de fazer política que não estejam relacionadas apenas a partidos políticos ou instituições, mas à tentativa de criação de visibilidades para uma política feita a partir dos corpos. Percebemos que sensibilidades políticas se expressam no *AntiCast* a partir de ambiguidades, em esforços de linguagem que oscilam e conectam formas diferentes de pensar a política que estão em disputa. O programa oscila entre a adesão à política institucional e a tentativa de construção de novas visibilidades e maneiras de fazer política através de corpos e sujeitos considerados marginalizados.

A busca por *podcasts* que pudessem se configurar a partir de outras sensibilidades e tecnicidades potencialmente contra-hegemônicas foi o que nos levou à escolha do *Desobediência Sonora*. Percebemos como sensibilidades relacionadas a posicionamentos contra os valores do capitalismo, como a propriedade privada e o individualismo, se expressam em tecnicidades que demonstram esforços de contraposição ao que é constituído como corrente nos *podcasts*, em relação aos modos de apresentar os programas, às escolhas técnicas, às temáticas e às formas de distribuição. Ao mesmo tempo, a análise do *podcast* apontou ambiguidades em usos de linguagem e de entendimento dos meios de comunicação atrelados à

crença de que os meios de comunicação e a tecnologia são, por si mesmos, agentes de transformação social. A oposição do *Desobediência Sonora* a tecnicidades comuns à internet está articulada de forma coerente às suas sensibilidades políticas, de um lado; por outro, ao menosprezarem competências de recepção compartilhadas entre aqueles que escutam rádios e *podcasts* perdem muito do potencial transformador de suas ideias.

Nosso capítulo analítico, portanto, quer demonstrar como os esforços de construção da linguagem sonora não são escolhas meramente técnicas, mas estão relacionados a sensibilidades cotidianas e deixam ver a mediação das tecnicidades. Entendemos que o nosso processo de escolha do *corpus* é permeado por percursos de navegação pessoais tão característicos das formas de consumo contemporâneos na internet – em que algoritmos, ferramentas de busca, e trajetos de leitura influenciam no acesso – e expressam hábitos de escuta, consumo e aproximações temáticas pessoais e do ambiente de pesquisa em que estamos inseridos. Longe de querer abarcar a totalidade do processo, a seleção e busca de diversidade do *corpus* se justifica porque o principal objetivo analítico do trabalho é entender tecnicidades relacionadas a sensibilidades contemporâneas e históricas do rádio, em detrimento de buscar ver especificidades de cada programa ou formulações generalizantes sobre os *podcasts*.

Em relação a linguagens que articulam novas formas de perceber e sentir, a partir de nossa análise, vemos que a internet e a cultura da conectividade funcionam como importantes mediadoras da configuração das linguagens dos *podcasts* analisados, principalmente nas figuras dos “memes”, das “tretas” e do “textão”, aqui considerados enquanto tecnicidades. O “meme” é um elemento que perpassa três dos quatro *podcasts* analisados. O “meme” se configura como uma linguagem em comum, como uma gramática compartilhada que une as múltiplas trajetórias de leituras possíveis nas redes de informação. Como linguagens, configuram modos de dizer e de se expressar que também fazem parte de sensibilidades articuladas nos *podcasts*. Memes, tretas e textões são formas instituídas na internet que medeiam também as formas de ouvir, não simplesmente por causa da técnica, mas porque as práticas e culturas da internet estão presentes na vida cotidiana daqueles que produzem e consomem os programas. A articulação dessas interpretações com outros elementos de disputa que antevimos no primeiro capítulo, como a relação com as competências de recepção e consumo, podem servir de desdobramento para futuras pesquisas, em relação a *podcasts* ou outros produtos da cultura contemporânea.

A nossa perspectiva analítica se insere no Centro de Pesquisa em Estudos Culturais e Transformações na Comunicação (TRACC) e seus esforços de análise que levam em conta os processos de formação, transições e transformações da cultura contemporânea, com o objetivo de ampliar o desenvolvimento de instrumentos de análise de processos históricos e

transformações na comunicação. O TRACC é um desenvolvimento do extinto Grupo de Pesquisa em Análise de Telejornalismo (GPAT), que investigava, desde 2001, programas telejornalísticos. Atualmente, o grupo ampliou a investigação aos demais objetos empíricos, refinando os seus conceitos teóricos-metodológicos com a intenção de estudar os meios de comunicação a partir aspectos históricos, sociais, ideológicos e culturais, com ênfase nas transformações. Entendemos que a dissertação vem contribuir para o desenvolvimento das pesquisas dentro do grupo, no nosso trabalho, a partir do estudo dos *podcasts* sob uma perspectiva histórica e cultural. Dessa forma, o presente trabalho também contribui para os estudos de comunicação que se dedicam a interpretar as transformações e continuidades da linguagem sonora nos *podcasts*, a partir da articulação da dimensão histórica e cultural com as transformações das tecnologias, distanciando-se das abordagens sobre o assunto preocupadas com os efeitos que os *podcasts* trariam ao rádio, ou com as características tidas como inovadoras dos *podcasts*. A articulação do Mapa das Mediações e do Mapa das Mutações colabora para o desenvolvimento, tanto no TRACC quanto na linha de pesquisa Análise de Produtos e Linguagens da Cultura Mediática do Póscom-UFBA, de instrumentais teórico-metodológicos para a análise de produtos contemporâneos da comunicação.

Percebemos, através da nossa análise, que os *podcasts* convocam tecnicidades referentes às nossas memórias do rádio e combinam matrizes midiáticas e culturais relacionadas a programas sonoros, mas também a gêneros audiovisuais como o programa de debates e *talk shows*. Essas matrizes são reconfiguradas a partir de transformações no modo de ouvir relacionadas aos fluxos globais, à conectividade, ao sensorial que é tátil e íntimo (GOMES et al., 2018). Essas características nos interpelam a pensar os *podcasts* inseridos em um entorno tecnocomunicativo no qual a experiência sonora coexiste com diversas experiências que convocam a cultura da conectividade (GOMES et al., 2018). Em uma análise histórica e cultural, percebemos como, mais do que inaugurar novas práticas, tecnologias ou aparatos reconfiguram dinâmicas presentes no nosso tecido social.

## **2. A NOVA ERA DE OURO DO RÁDIO? DISPUTAS SOBRE *PODCASTS***

---

Por compreendermos que as sensibilidades também estão relacionadas a articulações discursivas e culturais, vamos nos concentrar, neste capítulo, em mapear disputas discursivas relacionadas aos *podcasts*. Esse movimento será útil para interpretar, nas análises, as articulações entre sensibilidades e tecnicidades nos programas analisados. Para Michel Foucault (2008), um discurso é um corpo de enunciados, textos, formas, etc. que fazem parte da construção de saberes sobre um determinado assunto, gerando não só formas de conhecimento associadas a esse tópico, mas orientando práticas e aquilo que pode ser dito e não dito, o que é reconhecido socialmente como verdade. Quando esses enunciados, conceitos e escolhas temáticas podem ser definidos com alguma regularidade – "uma ordem, correlações, posições e funcionamentos, transformações" (FOUCAULT, 2008, p. 43) –, o autor considera que exista uma formação discursiva. Como Silva e Gutmann (2017), entendemos que o conceito de formação discursiva pode ser uma ferramenta analítica através da qual é possível interpretar os deslocamentos e rupturas que operam juntos com o que socialmente é reforçado como convenção (SILVA; GUTMANN, 2017, p. 7).

Neste capítulo, tentamos perceber como se entrelaçam, se complementam e se contradizem os discursos sobre *podcasts* na crítica cultural, na imprensa, na produção de conhecimento acadêmico e entre os produtores. Assim como Silva e Gutmann (2017) em sua pesquisa sobre o gênero *talk show* no Brasil, nos guiamos por algumas questões para nortear o nosso primeiro capítulo: quais definições de *podcasts* permeiam essas instâncias? Quais características são ressaltadas pela crítica e pela produção como convenções? Quais aspectos são rechaçados? E como esses discursos podem nos ajudar a interpretar os modos de fazer e perceber dos *podcasts* que serão estudados no nosso capítulo de análise? Com esse levantamento, não tentamos definir o que são *podcasts*, mas entender como os lugares de disputas, tensões, continuidades e rupturas, expressos nos discursos sobre o assunto, fazem parte dos modos de definição e estão relacionados a aspectos contextuais da cultura e sociedade como um todo.

Acompanhamos Silva e Gutmann (2017) em seu protocolo de análise cultural de programas, em articulação com o conceito de formação discursiva, para nos ajudar a compreender a produção de sentidos sobre os *podcasts*, quais são suas definições, valorações e comparações, aspectos que fazem partes de disputas que serão rastreadas a partir de críticas, entrevistas, anúncios, reportagens e os próprios programas (SILVA; GUTMANN, p. 3).

Tentamos evitar fazer uma genealogia dos *podcasts*. Muito mais do que uma história linear, nossa pesquisa tem interesse em entender “as disputas, enfrentamentos entre as distintas definições, interpretações e avaliações” (SILVA; GUTMANN, p. 3). As autoras estavam interessadas em interpretar o movimento de disputa em torno do gênero de *talk shows*. Não consideramos que *podcasts* sejam um gênero, mas, como todos produtos culturais, são marcados por disputas discursivas em torno de como surgiram, como podem ser definidos e quais áreas têm legitimidade para falar sobre o assunto. Esses discursos orientam as práticas.

## 2.1 A tecnologia como agente de transformação

Desde o seu surgimento, por volta dos anos 2000, até o momento, os *podcasts* são constantemente definidos, por produtores e pelo discurso acadêmico, a partir das tecnologias utilizadas para a sua distribuição. Bottomley (2015) faz uma retrospectiva e avaliação da primeira década dos *podcasts*. Em sua opinião, os *podcasts* facilitam a produção de novas formas do conteúdo criativo de áudio. Para o autor, apesar do surgimento dos *podcasts* remontarem ao ano 2000, quando o desenvolvedor de *software* Dave Winer publicou uma versão do RSS (Rich Site Summary or Really Simple Syndication) feita para que arquivos de áudios fossem distribuídos via os *feeds* RSS, o que viria a ser chamado de “*podcast*” só foi possível com o lançamento do iPodder, um aplicativo que permitia assinar esses arquivos de áudio diretamente no iPod, sem a necessidade de fazer o *download* em uma página da Web. É nesse momento que é lançado o *Daily Source Code*, considerado o primeiro *podcast* a conquistar popularidade (BOTTOMLEY, 2015, p. 164). A solidificação do meio para o autor, no entanto, só veio a partir de 2015, com a atualização do iTunes em uma versão que permitia muito mais recursos de escuta para os arquivos de áudio. “[O] iTunes 4.9 efetivamente trouxe os *podcasts* para a cultura *mainstream*” (BOTTOMLEY, 2015, p. 164, tradução nossa). Essa cronologia do *podcast*, atrelada aos aparatos e *softwares* aos quais eles foram originados e são distribuídos, carrega discursos em relação aos meios de comunicação como tecnologias, e deixa de lado a história de outros *podcasts* que não utilizam os mesmos recursos para a sua distribuição.

Apontamos o percurso feito por Salemme (2017) como uma trajetória comum a muitos pesquisadores de *podcasts* e produtores que tentam demonstrar como as mudanças tecnológicas afetam os meios de comunicação e as formas de consumo. Acompanhamos criticamente esse percurso por duas razões: para lembrar alguns dos aparatos tecnológicos que fazem parte da história das formas de distribuição da linguagem sonora e para demonstrar como essa narrativa

de transformação por meio da tecnologia é comum não só aos *podcasts*, mas faz parte de discursos maiores sobre as consequências de desenvolvimentos tecnológicos e da própria definição dos meios de comunicação enquanto tecnologias, que discutiremos no próximo capítulo.

O exercício que Salemme (2017) faz é estabelecer uma relação entre as transformações da relação entre o rádio e seus ouvintes em uma perspectiva histórica e evolucionista, analisando cada etapa do desenvolvimento tecnológico do rádio e as possíveis consequências nos modos de ouvir. A autora parte da centralidade que o rádio tinha quando era um aparelho grande nas casas das famílias a partir da década de 1930, descrevendo as mudanças nas relações entre os ouvintes a partir de novas criações tecnológicas, como a diminuição do tamanho do aparelho, a mobilidade possibilitada pelo desenvolvimento do transístor, até chegar no "momento atual" que seria a criação dos *podcasts*.

O percurso da autora começa na década de 1930, descrevendo como o rádio era o objeto de desejo de todas as famílias, presente no dia a dia da sociedade. A "Era de Ouro" do rádio é descrita como um momento em que o aparelho, que era grande e sem mobilidade, tinha centralidade na casa, como um móvel da sala de estar, fundamental para a informação e o entretenimento, antes da popularização da televisão. Os seguintes desenvolvimentos tecnológicos, como a invenção do transístor e dos gravadores portáteis que permitiram o rádio ir para outros espaços da casa, como a cozinha, são apontados como causas para a modificação do "lugar" do rádio na vida das pessoas (SALEMME, 2017, p. 2). Esse desenvolvimento tecnológico e a mobilidade do aparelho como consequência teriam permitido, segundo a autora, que a distância entre emissores e receptores diminuísse, ampliando a interação entre produtores e ouvintes.

Foi a mobilidade que teria modificado os modos de ouvir em relação à interatividade. "A mobilidade possibilitou a expansão das formas de consumir o áudio transmitido pelas emissoras radiofônicas. O som passou a acompanhar e fazer parte da vida do ouvinte" (SALEMME, 2017, p. 3). Há o entendimento de que há uma evolução na escuta e que o ouvinte sai "definitivamente da passividade" com os *podcasts* (SALEMME, 2017, p. 3). A preocupação com a passividade do ouvinte de rádio é uma temática frequente nos estudos de comunicação. O ouvinte passivo e o espectador passivo seriam um problema e a interatividade, definidas de maneiras diversas, se transforma em uma meta para os críticos e analistas, principalmente após a internet e as promessas de interação que as redes digitais trazem. Em primeiro lugar, a premissa da passividade não reconhece que os consumidores, independentemente do meio e das tecnologias utilizadas, negociam sentidos a partir da sua vida cotidiana, de seus valores e da

sua família, já se configurando, na nossa perspectiva, como ativos. A expectativa da passagem da passividade para a interatividade demonstra, mais uma vez, um aspecto importante em relação aos discursos sobre os *podcasts*: como uma nova forma de distribuição irá transformar automaticamente práticas já institucionalizadas na sociedade. Essa premissa faz pesquisadores se dedicarem a tentar desvendar as transformações já pressupostas a cada nova invenção.

Em relação a novos modos de ouvir dos *podcasts*, a autora destaca a questão da individualidade em contraposição à coletividade dos rádios familiares. Esse movimento apaga mais de 60 anos de história que incluem transformações, inclusive, no perfil de constituição das famílias, com a diminuição do número de filhos, as mudanças no papel das mulheres na sociedade, e as diferenças de consumo entre classes sociais. A distância temporal entre os dois cenários, com o desenvolvimento e popularização dos rádios portáteis desde a década de 1950, faz com que essa comparação perca força, pois a audição individual não é mais novidade nem no ambiente doméstico, nem nos aparelhos portáteis, desde a popularização dos *Walkmans*, assim como a popularização dos *smartphones* ou rádios em celulares.

Podemos ver essa continuidade nos discursos sobre os *podcasts* e a internet. A ligação entre desenvolvimento tecnológico e transformações nas formas de ouvir gera precipitadas a partir do aparecimento de novos aparatos tecnológicos. Repetem-se os discursos a partir da elaboração do transistor, dos rádios portáteis, dos rádios nos automóveis, da criação do Walkman, até as possibilidades que a internet traz. Para Briggs e Burke (2006), a percepção e expectativas de mudanças iminentes e imediatas trazidas pela tecnologia remontam o desenvolvimento da comunicação elétrica iniciada com o telégrafo no século XIX. “Geralmente aceita-se que as mudanças na mídia tiveram importantes consequências culturais e sociais” (BRIGGS; BURKE, 2006, p. 21). Para os autores, o que são controversas são a natureza e o escopo das consequências. Por exemplo, o rádio trouxe transformações no acesso à informação e consolidação da democracia ou foi o que permitiu o crescimento de discursos fascistas? A televisão aniquila o sentido de comunidade ou aproxima as pessoas por ampliar o sentido de proximidade espacial? Os autores demonstram em *A história social da mídia* (2006) como discursos e folclores sobre a eletricidade acompanham e permanecem nos discursos sobre o rádio e a televisão. E, do nosso ponto de vista, nos discursos sobre a internet e os *podcasts*.

A centralidade da tecnologia e dos aplicativos para *smartphones* e outros aparelhos móveis como o iPod e os tablets também é visível no trabalho de Morris e Patterson (2015), que analisam especificamente os aplicativos disponíveis e os mais utilizados para o consumo de *podcasts*. Os autores afirmam que os aplicativos para *smartphones* exclusivos para o *download* de *podcasts* são alguns dos apps mais abundantes em lojas de aplicativos. São através

desses aplicativos, em suas interfaces, utilidades e opções que são distribuídas a materialidade dos *podcasts*, sua visualidade e auralidade (MORRIS; PATTERSON, 2015, p. 220). Para os autores, não dá para entender o recente interesse, profissionalização e *boom* dos *podcasts* a partir de 2014 sem também considerar a evolução desses aplicativos (MORRIS; PATTERSON, 2015, p. 221).

Através de uma pesquisa com 12 dos mais populares aplicativos para podcasts, Morris e Patterson (2015) concluíram que a convergência dos *podcasts* com os aplicativos para aparatos móveis produziram novas relações entre ouvintes, produtores e desenvolvedores de *software*. Através de recursos como edição e equalização, os aplicativos móveis permitem aos ouvintes aumentar a interatividade com o som (MORRIS; PATTERSON, 2015, p. 220). “Essas ferramentas funcionam em conjunto com tecnologias de sincronização na nuvem para encorajar o ouvinte a consumir um fluxo constante de mídia sonora móvel em todos os seus dispositivos na vida cotidiana” (MORRIS; PATTERSON, 2015, p. 229, tradução nossa). Segundo os autores, a popularidade desses aplicativos os transformariam em importantes intermediários culturais, dando forma tanto a produção quanto a recepção de *podcasts* (MORRIS; PATTERSON, 2015, p. 221). Morris e Patterson consideram que o alto nível das produções ou novos tipos de conteúdo são apenas corresponsáveis pelo interesse renovado em *podcasts*. As transformações nos aplicativos de escuta também teriam um papel importante nas formas de experiência da mídia sonora digital.

Apesar da centralidade que os recursos tecnológicos têm em sua pesquisa, os autores afirmam que os *podcasts* não são limitados nem definidos por suas tecnologias. Para ela, fazer e consumir *podcasts* são um conjunto de práticas específicas e significados culturais que estão entrelaçados com as tecnologias de distribuição, organização e consumo. No entanto, consideram que o aspecto do desenvolvimento dos aplicativos móveis, deve ser levado em consideração nessa equação, principalmente, as maneiras em que o design e as funções dos aplicativos agregadores estão moldando a produção e o consumo de *podcasts*.

Vemos, então, nos discursos que definem os *podcasts* a partir das tecnologias de distribuição ecos de formas de enfrentamento dos próprios meios de comunicação como tecnologias, como iremos discutir com mais ênfase no próximo capítulo. Sob essa perspectiva, a cada novo aparato, a história recomeça e o novo elemento é definido como um agente de transformações sociais, linguagens e nas formas de consumo. Mais livres, mais íntimos, mais interativos, mais próximos. Na verdade, esses discursos sobre os *podcasts* demonstram expectativas que perduram a cada surgimento de um meio de comunicação e são muitos importantes para entendermos como se constituem os sujeitos que consomem e produzem

*podcasts*, com suas identidades tão relacionadas aos valores atrelados à tecnologia, principalmente à internet.

As narrativas sobre os *podcasts* estão conectadas a discursos comuns relacionados à cibercultura, como se “a cibercultura estivesse instaurando uma relação direta entre produtores e consumidores desencarnados, abstratos, que fazem escolhas sem constrangimentos de qualquer ordem” (SÁ, 2006, p. 17). Ao contrário, o cenário no qual os *podcasts* estão inseridos desde as suas primeiras publicações faz parte de um movimento histórico que depende de contextos específicos. Mais do que diminuir as barreiras, o ambiente digital cria novas formas de mediação relacionadas ao processo comunicativo (SÁ, 2006, p. 17). Foi preciso, antes de prosseguirmos, romper com o pensamento linear que considera cada nova tecnologia como a inauguração de alguma nova dinâmica e recuperar os *podcasts* como parte de um processo já em andamento.

## **2.2. Conectados. Livres. Multitarefa: os *podcasters***

Como podemos ver, os discursos sobre os *podcasts* estão inseridos em uma formação discursiva sobre a tecnologia. Essa narrativa conecta os *podcasts* à inovação e a sujeitos que têm poder aquisitivo para consumir um produto como o iPod, ou um computador pessoal, principalmente nos primeiros anos de sua produção. "Pode-se observar que o iPod vem se tornando um *must* ao congregar algumas obsessões do consumo contemporâneo tais como o fascínio do exclusivo, do design arrojado, *up to date*, da miniaturização (portabilidade) e do *gigabyte*" (CASTRO, 2005, p. 6). A conectividade e a interatividade, nesse momento, são consideradas valores em si mesmas, com grande potencial de transformação social, ou ao menos no consumo cultural, que estariam acessíveis a qualquer produtor de conteúdo com ferramentas de edição disponíveis e internet (CASTRO, 2005, p. 9). Os *podcasts*, nesse momento, são aproximados a valores e práticas como a praticidade, a informalidade, a espontaneidade, a interatividade e a possibilidade de fazer diversas tarefas ao mesmo tempo. “Ao dirigir-se primordialmente à escuta – e não à visão – o *podcasting* apresenta dentre suas principais vantagens deixar seus usuários livres (ao menos em tese) para simultaneamente executar diferentes outras tarefas como, por exemplo, dirigir um automóvel (...)" (CASTRO, 2005, p.10). Descrição que cria a posição de um sujeito urbano, conectado e com grande atração por inovações tecnológicas.

Percebemos que essa abordagem está relacionada aos discursos sobre quem eram os produtores quando os primeiros *podcasts* brasileiros foram publicados, por volta dos anos 2000,

principalmente porque os temas eram voltados para a tecnologia<sup>7</sup>. Em entrevista concedida ao *podcast Papo Direto*, Danilo Medeiros, considerado pela comunidade brasileira o criador do primeiro *podcast* do Brasil, o *Digital Minds*<sup>8</sup>, se define como uma pessoa muito interessada em tecnologia, alguém que sempre gastou muito dinheiro com aparelhos eletrônicos, e sempre se interessou em consumir o que há de mais novo. Formado em comunicação, a sua carreira é descrita como uma busca por essa aproximação com a tecnologia. A ideia de fazer um *podcast* veio depois de uma viagem aos Estados Unidos, onde ele entrou em contato com programas que também começavam a ser feitos por lá. Apesar de descrever o seu *podcast* como "outra coisa", ele diz que uma das motivações para a criação do *Digital Minds* foi o interesse que sempre teve em rádio. Ele cita o programa *Patrulha da Cidade*, no ar há mais de 40 anos na Rádio Tupi, como uma das suas referências.

O cenário do início dos anos 2000 é descrito por ele como algo “espontâneo”, um desenvolvimento dos seus interesses pessoais:

A história de *podcast* era muito espontânea, eram pessoas que começaram a fazer as gravações. (...) É a mesma época dos blogs. O *players* não eram grande coisa, não tinha isso para celular. (...) Não tinha no celular, não escutava música no celular, escutava no iPod ou no mp3 player. Fiz o *Digital Minds podcast* junto com o blog. (...) O blog foi um caderno para eu escrever minhas descobertas. (...) (MEDEIROS, 2017)

O caráter de nicho, daqueles que são aficionados por tecnologia e inovação, a criação de uma comunidade com poucos ouvintes, originada por um interesse pessoal, são discursos que fazem parte de uma narrativa comum nos primeiros anos de *podcasts*. O *Digital Minds* também é descrito pelo Danilo Medeiros como uma comunidade, em que as pessoas se encontravam e utilizavam o espaço de comentários como uma forma de interação entre os ouvintes. Inclusive, com a possibilidade de unir pessoas que moram em diferentes partes do Brasil. Esse discurso também é repetido em relação aos produtores de *podcasts*, que se aproximam por causa dos programas. "Noventa por cento dos *podcasts* está como estamos fazendo hoje, eu em Minas e você em São Paulo. Esse acesso pelo Skype é uma relação de amor e ódio" (SENHOR A, 2017). Discursos esses conectados aos valores da internet. “A maioria dos primeiros provedores de *software* considerava que a Internet liberava e dava poder

---

<sup>7</sup> Além do *Digital Minds*, outros exemplos são o *Pod sem fio*, ainda em ativa, antes chamado de *Garota sem fio*, publicado pela primeira vez em 2005 (MIRO, 2015, s.p.). Atualmente, ele é um *podcast* semanal sobre tecnologia móvel, com resenhas de aparelhos, e outros assuntos relacionados a tecnologia digital. Também de 2005, havia o *Impressões Digitais*. No ano de comemoração dos 10 anos do *podcast*, o *Impressões Digitais* anunciou seu fim, após 136 edições.

<sup>8</sup> Descontinuado há alguns anos, o *Digital Minds*, publicado 21 de outubro de 2004, é considerado o *podcast* mais antigo do Brasil.

aos indivíduos, oferecendo vantagens sem precedentes à sociedade” (BRIGGS; BURKE, 2006, p. 302).

A liberdade de criação e a possibilidade de fazer “algo diferente” com a criação de *podcasts* é uma retórica frequente entre os produtores. No *Digital Minds*, Danilo Medeiros afirma que o seu interesse era “ir além da notícia” sobre tecnologia, com comentários sobre quais seriam as transformações que os novos lançamentos trariam na vida das pessoas. Ele afirma ter o interesse de fazer um programa sobre tecnologia que não fosse “chato”, diferentemente do tom burocrático que, segundo ele, havia nas publicações sobre tecnologia da época. Da mesma forma, Alexandre Ottoni e Deive Pazos, criadores do Jovem Nerd, relacionam os *podcasts* com as possibilidades criadas pela própria internet. “É a liberdade total que você tem na internet, independente de grandes grupos de comunicação” (OTTONI, 2013).

Passados mais de 10 anos desde a criação do primeiro programa, o discurso de quem faz *podcast* atualmente é que a “mídia” está se desenvolvendo, com a criação de programas sobre os mais variados assuntos. Há uma diferenciação do que era o cenário do início dos anos 2000, com *podcasts* voltados para tecnologia, com o cenário atual. Para produtores brasileiros, o *smartphone* foi o que possibilitou a ampliação do número de ouvintes a partir de 2013 e, conseqüentemente, o maior número de programas, o que ressoa no entendimento de que são os aparatos tecnológicos os agentes de mudança. “O *podcast* era visto como algo restrito para os fãs de tecnologia. Quando começamos, era preciso mandar um tutorial para explicar como ouvir o *podcast*. Hoje é só usar um aplicativo”, segundo o criador do *BrainCast*, Carlos Merigo (CAPELAS, 2015, s.p).

Passamos, então, do discurso do novo para a tentativa de busca por legitimidade dos produtores e realização de um “futuro” que já chegou. A narrativa de que os *podcasts* seriam o renascimento do rádio ou, até mesmo, representariam “a nova era de ouro do rádio”, em referência a popularidade do rádio a partir das décadas de 1920 até a década de 1960, é um discurso recorrente em matérias atuais. “Os Estados Unidos - e o mundo - vivem uma nova era de ouro do rádio. Os *podcasts* atraem milhões de ouvintes, inovam no formato, criam uma nova linguagem de conteúdo de áudio” (ORENSTEIN, 2017a). Matérias como “Boom de séries de áudio nos EUA estimula nova 'era de ouro' do rádio” (PURCELL, 2015), “A nova era de ouro do rádio está nascendo e ela é digital” (SILVA, 2016), “What’s Behind the Great Podcast Renaissance?” (ROOSE, 2014) e “O Boom dos *podcasts*” (DORIA, 2016) convivem em um ambiente de disputa em que, ao mesmo tempo, produtores exaltam as potencialidades dos *podcasts* e reclamam da falta de patrocínio e conhecimento sobre o assunto.

Há a necessidade atual dos produtores de se distanciar do discurso amador para a profissionalização, discutindo formas de financiamento e publicidade e aumentando as formas de organização, com a criação de redes, como a do portal B9, que em seu guarda-chuva possui 11 *podcasts*, entre eles o *Mamilos* e o *Braincast*, dois dos mais ouvidos do país, e a rede *AntiCast*, com 8 *podcasts*, entre eles o *Projeto Humanos*, considerado um espaço de experimentação do formato. A criação de associações de produtores de *podcasts*, como a Associação Brasileira de Podcasters (ABPOD), e de empresas especializadas em distribuição e assessoria técnica para produtores, como a Radiofobia, demonstram a tentativa de organização e comercialização. Há também *podcasts* criados para o debate sobre o processo de produção, como é o caso do *Papo Editado*, apresentado por Alexandre Gomes, um editor de áudio que oferece seus serviços para outros produtores. Os *podcasters* brasileiros também comemoram o Dia Nacional dos Podcasts, celebrado no dia da primeira publicação do *Digital Minds*.

Lucio Luiz (2011) em seu artigo *Podcasters Brasileiros: Uma “Comunidade” em Busca de Visibilidade*, analisa o desenvolvimento da criação de comunidades de produtores brasileiros, como a Conferência Brasileira de Podcast (PodCon Brasil) e a ABPOD, para viabilizar os *podcasts* como um negócio e conquistar a atenção dos grandes meios de comunicação. “A força que ajuda o *podcast* brasileiro a crescer vem exatamente do apoio mútuo entre os *podcasters*, muitos deles com uma visão romântica sobre o crescimento dessa mídia como um todo” (LUIZ, 2011, p. 7). O sucesso de *podcasts* internacionalmente e o recente *boom* de produções anunciado pela imprensa americana faz com que os produtores de *podcasts* brasileiros entendam que esse seria o natural desenvolvimento dos *podcasts* aqui no Brasil. “Criador do *AntiCast* afirma que *podcasts* têm futuro promissor no País” (MIRANDA, 2015) é um exemplo desse tipo de enunciação. A matéria é um relato de uma palestra dada por Ivan Mizanzuk, um dos apresentadores do *AntiCast* e da série documental *Projeto Humanos*, para a Semana Estado de Jornalismo, realizada pelo jornal Estado de S. Paulo. Para ele, assim como aconteceu nos Estados Unidos, os *podcasts* ainda vão “vingar no país”.

Os produtores tentam se deslocar do discurso amador e livre dos primeiros anos da internet, inclusive, afirmando que para produzir um conteúdo de melhor qualidade, é necessária uma dedicação total aos *podcasts*. A necessidade de deixar o emprego que anteriormente tinham para investir no Jovem Nerd é uma das razões que Alexandre Ottoni e Deive Pazos dão para o desenvolvimento e consolidação do site. Criados inicialmente, como eles se definem, como um portal de humor, o Jovem Nerd se transformou em uma empresa, que vende produtos via e-commerce, tendo o *NerdCast* como locomotiva do site.

Nem todos os *podcasters* podem se dedicar totalmente à produção como única forma de sustento. Ivan Mizanzuk, criador do *AntiCast* e do *Projeto Humanos*, reconhecidos pela crítica e sempre presentes entre os *podcasts* mais ouvidos, afirma que se não fosse professor universitário não conseguiria ter o mesmo estilo de vida que tem hoje somente com a renda com os *podcasts*. A renda de *podcasts* vêm prioritariamente de financiamento por parte dos ouvintes, através de plataformas como o Patreon e o Padrim. Juliana Wallauer e Cris Bartis, apresentadoras do *Mamilos*, também já afirmaram que o patrocínio para o *podcast* “não dá nem para comprar um sutiã” e já pediram ajuda aos ouvintes para “acabar com a dupla jornada”, pois trabalham como publicitárias e têm de gravar o programa à noite após o trabalho.

O sentimento da criação de uma comunidade e da aproximação entre produtores e ouvintes facilita o tipo de financiamento que os *podcasters* buscam para o seu programa. Essa proximidade, segundo alguns produtores, é consequência do caráter individual da audição e da utilização de fones de ouvidos, o que geraria mais proximidade entre produtores e ouvintes. "Existe muito envolvimento no *podcast* nacional, eles ajudam pessoas em situações difíceis, é uma relação próxima, o mais comum é o a pessoa e seu *gadget*, no fone de ouvido" (SENHOR A, 2017). Essa justificativa, como vimos, se aproxima dos discursos sobre as transformações que as novas tecnologias e a internet trariam aos meios de comunicação. A tentativa de aderir a discursos que enfatizem a suposta maior proximidade com os ouvintes, em contraposição ao rádio comercial, faz parte do discurso legitimador dos próprios produtores e indicam uma crescente necessidade de legitimação do campo, além de tensionamentos em relação ao rádio, como veremos a seguir.

### **2.3 Reconheçam como somos bons!**

Apesar do que chamam de "boom" ou "a nova era de ouro" no rádio, a crítica cultural de *podcasts* é, no Brasil, resumida a sites especializados sobre o assunto. Nos jornais impressos considerados de referência, como o Folha de S. Paulo, O Estado de S. Paulo e O Globo, o assunto é tratado de forma episódica, como no lançamento no Brasil do livro *O Palácio da Memória*, desdobramento do trabalho do *podcaster* americano Nate DiMeo. É quase inexistente nas seções de cultura dos grandes jornais brasileiros a dedicação a resenhas, críticas ou discussão sobre *podcasts* ou até mesmo notícias sobre lançamentos de *podcasts* novos. No Estadão, o assunto fica restrito à seção de tecnologia. Como na matéria "Podcast vive nova fase no País e atrai streamings" (CAPELAS, 2015), em que os *podcasts* são descritos como um

produto feito por um grupo de amigos em volta de um microfone. A matéria era dedicada aos serviços de *streaming* que começaram a incorporar os *podcasts* em sua oferta de conteúdo.

O cenário brasileiro está em consonância com o diagnóstico de críticos de *podcasts* dos Estados Unidos. Para Devon Taylor, criadora do extinto site sobre *podcasts* *The Timbre* e hoje editora e escritora na empresa especializada em *podcasts* Gimlet Media, a crítica sobre *podcasts* está congelada no tempo, repetindo duas práticas: a mais comum são matérias que tentam explicar o que são *podcasts*, geralmente usando o *podcast Serial* como ponto de partida, ou tentando tirar um *podcast* da obscuridade e o recomendando por alguma razão que ela considera ser de gosto pessoal. Este também é o julgamento do *podcaster* americano Nate DiMeo que afirma que a cena dos *podcasts* no Estados Unidos ainda não é consolidada o suficiente para ter um sistema de crítica e análise da produção (ORENSTEIN, 2017b, s.p). Ele afirma que as notícias que chegam aos jornais são concentradas na afirmação de que existem *podcasts*, o que deixa ver que a imprensa os considera desconhecidos do grande público.

Considerados pioneiros na crítica de *podcasts*, Dana Gerber-Margie, Nick Quah e Devon Taylor foram entrevistados sobre o assunto em um dossiê sobre *podcasts* na revista acadêmica *The Radio Journal*. Todos os três se dedicam a apontar as novidades, lançamentos, mas também resenhar os *podcasts* atuais e debater as diversas formas de áudio da atualidade. Com a criação dos seus sites, primeiramente de uma forma amadora quando os *podcasts* ainda estavam se desenvolvendo, os três se transformaram em referências na área. Nicholas Quah, por exemplo, é hoje crítico de *podcasts* na *Vulture*. Segundo Gerber-Margie, por ainda ser um campo considerado novo e que precisa de apoio dos ouvintes e dos meios de comunicação tradicionais para se promover, o *podcast* precisa muito mais da crítica, em comparação com outras mídias mais consagradas.

A impressão dos autores é que há um abismo entre aqueles que gostam e consomem *podcasts* e o público em geral, fazendo com que cada resenha precise fazer o esforço de diminuir esse abismo (HILMES; LINDGREN, 2016, p. 84). Devon Taylor considera que os *podcasts* merecem a mesma atenção que a televisão teve no passado, uma atenção dos críticos que teria transformado o modo como a televisão era encarada, dando uma chancela de qualidade para as séries televisivas. Os críticos teriam o papel de mostrar ao público a qualidade de *podcasts* atuais, para recompensar os produtores que estão derrubando modelos antigos de áudio e encontrando novas maneiras de criar com o som (HILMES; LINDGREN, 2016, p. 84). Vemos, nesse movimento, uma necessidade de reconhecimento e legitimação dos produtores e ouvintes.

O mais conhecido site dedicado exclusivamente a artigos, resenhas, críticas e discussão sobre o mercado de *podcasts* no Brasil é o *Mundo Podcast*. Criado em 2014, o site é descrito

como um espaço para a produção, audição e discussão da mídia. Mais do que um site de crítica, o *Mundo Podcast* é direcionado para os próprios produtores, com análise de mercado, posicionamento de marca e aspectos técnicos de produção. Não há muito juízo de valor sobre *podcasts* específicos, além dos *rankings* anuais que listam os melhores do ano. Evitar criticar negativamente programas é uma prática comum no meio, justamente pelo entendimento de que programas de nicho precisam apenas de visibilidade positiva. O *Mundo Podcast* se limita a descrever qual o assunto principal e indicar o aparecimento de novos programas.

Para críticos e produtores, os *podcasts* estão se desenvolvendo com regras próprias, formas de propaganda e aumento do número de ouvintes, mas não conseguiram ainda a aprovação de grande parte do público. Há uma disputa por reconhecimento da qualidade por parte dos produtores e crítica, que frequentemente comparam os *podcasts* ao cinema e às séries televisivas para demonstrar como são formas de entretenimento e dotados de validade artística ou informativa. Nate DiMeo, *podcaster* e autor de *O Palácio da Memória*, publicado em livro nos Estados Unidos e no Brasil, considera que apenas a publicação do livro fez com que o seu *podcast* fosse considerado como de qualidade, fazendo com que sua produção pudesse ser julgada pela crítica, fato que ele considera positivo (ORENSTEIN, 2017b, s.p.). Já Ira Glass (2014), ao apresentar o *podcast Serial* no momento de seu lançamento, afirmou que esperava que os leitores tivessem a mesma experiência de fruição de uma série televisiva, em que você precisa esperar até a próxima semana para ouvir a continuação da história, tendo uma experiência parecida com assistir a *House of Cards* ou a *Game of Thrones*, mas sem imagens, "você pode aproveitar enquanto está dirigindo" (GLASS, 2014, s.p, tradução nossa).

Essa necessidade de validação, inclusive, aproxima os *podcasts* de formatos consolidados, considerados pela crítica como de qualidade. Os "*podcasts* narrativos" ou chamados de *storytelling* são colocados como os programas de maior qualidade e criatividade, tanto no Brasil como nos Estados Unidos e servem como elemento de distinção para os produtores, em contraposição ao formato de *talk show*, considerados mais fáceis de fazer. Em entrevista sobre o sucesso do *podcast S-Town*, a jornalista Paula Scarpin, responsável pela área de *podcasts* do site da Revista Piauí, compara o cuidado com o áudio de *podcasts* como *S-Town* ao cinema. "Contam muito bem uma história, de uma forma viva e inovadora, e essa investigação vira um *script*, um roteiro, e tudo é ambientado com uma cenografia e uma trilha sonora caprichada" (SCARPIN, 2017). Essa forma de narrar é colocada como de melhor qualidade, em oposição aos *podcasts* que são produzidos em formato de mesa redonda. "Cada capítulo tem um tema, é preciso pensar como se fosse um documentário, que bolou um roteiro em cima (sic), não é sentar e sair falando" (SCARPIN, 2017). Outro exemplo dessa suposta

maior qualidade que um *podcast* "narrativo" teria em detrimento aos programas de debate ou *talk shows* é a palestra do *podcaster* Ivan Mizanzuk, citada anteriormente. Para ele, o sucesso do *NerdCast*, que é líder de audiência no país, faz com que todos queiram copiar o formato de mesa redonda, o que seria prejudicial para o campo, sendo necessária a experimentação de outros formatos (MIRANDA, 2015, s.p). Ele chega a comparar o formato de *talk show* e roda de debate com uma "mesa de bar", contrapondo esse tipo de programa ao que ele chama de *storytelling*.

Vemos nesse movimento uma necessidade de legitimação comum também a outros meios de comunicação, como, por exemplo, a televisão. Críticos, produtores e consumidores, constantemente precisam validar a qualidade televisiva comparando-a às produções cinematográficas, uma forma de expressão considerada de maior validade artística. Um desses exemplos é o slogan do canal HBO: não é TV, é HBO. Mais uma vez, mais do que inaugurar novas práticas, o processo de validação dos *podcasts* emula formas de validação de outros meios. Nesse movimento, vemos que, inicialmente, os produtores de *podcasts* eram definidos como amadores em busca de expressão para gostos pessoais, atualmente, os discursos em disputa apresentam um cenário de produção que busca legitimação de qualidade e de público.

#### **2.4 Podcast: o rádio em tensão**

A consolidação das práticas e a tentativa de diferenciação dos *podcasts* como um fenômeno cultural independente, com a crescente necessidade de profissionalização e legitimação gera tensionamentos em discursos, práticas e nas instituições sociais relacionadas aos demais meios de comunicação, especialmente ao rádio. Embora os textos e linguagens utilizados em programas de rádio e *podcasts* sejam parecidos, os discursos ao redor dos *podcasts* e do rádio estão entrelaçados por uma série de disputas que colocam em tensionamento o entendimento do que são meios de comunicação, a relação com a tecnologia e o consumo dessas tecnologias nas práticas cotidianas. O que é um meio de comunicação ou mídia, o que é uma tecnologia, o que é o processo comunicativo e quais são as sensibilidades envolvidas são questões que podem ser consideradas ao analisarmos esses discursos em disputa.

Na pesquisa em comunicação<sup>9</sup>, os *podcasts* são definidos de diversas maneiras: como programas em áudio que podem ser assinados através de RSS (PRIMO, 2005); blogs de áudio

---

<sup>9</sup> Realizamos pesquisas com os termos "*podcast*" e "*podcasting*" nos anais dos eventos de comunicação Compós e Intercom, além de revistas de comunicação brasileira como Famecos, e-compós, Intercom, Galáxia e Matrizes e das revistas nacionais dedicadas ao rádio Revista Sonora e Rádio-Leituras. Devido ao baixo número de artigos que

acessíveis a qualquer produtor de conteúdo (CASTRO, 2005); como novos meios digitais que têm feito o rádio evoluir (ALVES, 2014); como uma alternativa sonora assíncrona (FERRARETTO, 2010); como parte de uma nova cultura da portabilidade que criaria novos usos para a mídia sonora (KISCHINHEVSKY, 2008); uma mídia da cibercultura em formato de áudio ou vídeo (LUIZ; ASSIS, 2010); novas possibilidades de conversação no ambiente digital (MURTA, 2016) e como parte de um cenário de "novos formatos" que se apresentam como um desafio no panorama radiofônico (QUADROS et al., 2017). O cenário atual de pesquisa, dessa forma, disputa a relação do rádio com o ouvinte no cenário considerado como de convergência midiática (LOPEZ; QUADROS, 2015), em que o *podcast* é parte de um "rádio hipermidiático", e o rádio via internet um rádio social (KISCHINHEVSKY, 2014), sempre em contraposição a um rádio convencional e antagônico, evidenciando tensões que estão longe de serem resolvidas e que delineiam "lutas intermídias" de nosso tempo (JOST, 2011).

O primeiro movimento da definição e interpretação dos *podcasts* na literatura acadêmica foi a aproximação com o rádio. Muitos dos trabalhos consideram o *podcast* uma evolução tecnológica, que potencialmente traria grandes revoluções ou simplesmente substituiria o rádio. Com essa abordagem, o rádio é usado como sinônimo de um aparato, assim como o *podcast* e as webrádios, além do sistema de rádio digital a ser implantado, que substituiria o rádio analógico como o conhecemos hoje. Para Lindgren e Hilmes (2016), nenhuma outra plataforma digital transformou tanto o rádio quanto os *podcasts*, considerados pelas autoras como uma parte essencial da radiodifusão, assim como uma forma de arte própria. "Os podcasts desafiam as estruturas do rádio tradicional, as formas, os gêneros, os métodos de produção, os hábitos de escuta, assim como também ampliam e reforçam o rádio como meio" (LINDGREN; HILMES, 2016, p. 3, tradução nossa). As autoras ressaltam a necessidade de que os estudos sobre rádio e áudio se dediquem mais aos *podcasts*. Uma das maiores diferenças apontadas pelas autoras entre o rádio e os *podcasts* é a característica efêmera do rádio, em que os programas são criados para a audição individual, mas, às vezes, distraída. Além disso, as autoras afirmam que a partir das tecnologias como os *smartphones* e fones de ouvido os modos de ouvir se transformaram de um exercício secundário a um exercício primário (LINDGREN; HILMES, 2016, p. 4).

Um segundo movimento que gostaríamos de explorar é a tentativa inversa. Se os *podcasts* são analisados como um agente de transformação do rádio, com a profissionalização

---

estudavam *podcasts* especificamente, ampliamos a pesquisa para o termo rádio, em busca de pesquisadores que estudassem a relação entre *podcasts* e rádio. Na literatura internacional, o assunto começa a ser motivo de maior debate a partir de 2015, com os dossiês das revistas especializadas *The Radio Journal*, em 2016, e *Journal of Radio and Audio Media*, de 2015. Antes disso, encontramos publicações esporádicas nestas duas revistas e na *New Media & Society* e *Convergence*.

do meio e a consolidação dos *podcasts* independentes, o que vemos também é a tentativa de considerar os *podcasts* como um meio diferente, com práticas, culturas, linguagens e lógicas de produção próprias. Bonini (2015) descreve os *podcasts* como uma "tecnologia, usada para distribuir, receber e ouvir, sob demanda, o conteúdo sonoro produzido por editores tradicionais (...), assim como o conteúdo criado por produtores independentes de rádio, artistas e radioamadores" (BONINI, 2015, p. 21, tradução nossa). O uso comercial dos *podcasts* se desenvolveu até 2012 em pelo menos duas categorias: pelas redes tradicionais de televisão, rádio e outras mídias, e por celebridades, como Ricky Gervais, que criaram *podcasts* para produzir conteúdo com menos restrições impostas pelas grandes corporações (BONINI, 2015, p. 24). Bonini (2015) acredita que o interesse pelos *podcasts* caiu assim que deixaram de ser considerados um "novo" meio. A retomada do interesse nos últimos anos foi causada por uma série de fatores: a popularização e desenvolvimento tecnológico dos *smartphones* e a popularidade de novos sites de financiamento coletivo, que permitiram maior acesso ao financiamento de *podcasts* por parte dos ouvintes (BONINI, 2015, p. 25).

Para Bonini (2015), os *podcasts* estão entrando em uma segunda fase com a crescente profissionalização e o desenvolvimento de "modelos de negócios" que começaram a surgir em 2012. Ele considera que essa segunda fase transforma o *podcast* em uma prática comercial e um meio de comunicação de massa, não apenas complementar ao rádio, mas alternativo (BONINI, 2015, p. 22). A divisão de duas eras criadas pelo autor nos dá pistas sobre as transformações discursivas relacionadas aos *podcasts* que serão analisados nesta dissertação e reforça a ideia de que, principalmente entre os produtores, há a reivindicação da constituição de uma nova fase.

A comparação entre *podcasts* e o rádio e o debate se o *podcast* é um meio independente ou não está em muitos artigos sobre o assunto. No início dos anos 2000, quando a palavra "*podcast*" foi popularizada por um artigo do *Guardian*, os *podcasts* eram apresentados como um "novo boom" do rádio amador. Não havia a diferenciação entre o que era produzido para o rádio do que era produzido para a internet. O entendimento era de que a diferença estava no fato de que haveria muito mais programas disponíveis com o barateamento dos custos de produção, em comparação com o rádio comercial (BERRY, 2016, p. 8). Para Berry, o rádio tem se adaptado ao surgimento de diversas tecnologias ao longo da sua história. Por essa razão, ele considera que é lógico considerar os *podcasts* como uma extensão do rádio. Ao avaliar suas primeiras produções sobre o assunto, o autor afirma que considerava os *podcasts* como uma "tecnologia provisória", uma dentre um número de possibilidades que o rádio precisava enfrentar em um futuro digital complexo (BERRY, 2016, p. 8). Atualmente, o autor considera

que os *podcasts* compartilham instituições e práticas com o rádio, mas também se apresentam como uma coleção de práticas, culturas, instituições e sistemas de distribuição próprios (BERRY, 2016, p. 8). O autor sugere que, enquanto os produtores de *podcasts* repetem formatos e programas da radiodifusão, há uma noção forte de que o que eles estão fazendo não é rádio. Assim como os produtores podem praticar um discurso de oposição, os ouvintes também podem adotar esta prática e buscar os *podcasts* justamente por causa dessa negação ao rádio.

Berry afirma que, se formos entender o rádio apenas pelo aspecto tecnológico, podemos facilmente reconhecê-lo como um meio de transmissão de áudio que requer um transmissor e um receptor síncronos em uma área determinada. Com as rádios online, a sincronia permanece, mas a área é expandida. Porém, essa definição é ameaçada pela própria internet e pela visualidade que emerge no rádio (BERRY, 2013, p. 169). Então, o autor afirma que, se não são as tecnologias que definem o que são *podcasts*, as diferenças se constituem a partir das mudanças nas formas de produção, distribuição e padrões de escuta. Berry afirma que essas práticas, significados e padrões de consumo são a base para retirar a centralidade do rádio quando se fala de *podcasts* (BERRY, 2016, p. 11).

O autor conclui que fazer *podcasts* é uma forma híbrida, sendo, ao mesmo tempo, uma plataforma de distribuição e uma coleção identificável de práticas e características próprias. Ele faz uma diferença substancial entre os *podcasts* e a radiodifusão, porque considera que o ambiente dos *podcasts* é autogovernado por seus participantes, ouvintes e intermediários. Berry descreve os *podcasts* como capazes de serem, ao mesmo tempo, um meio de massa e um mercado de nicho (BERRY, 2016, p. 17). O argumento pode ser reforçado com exemplos como *Serial*, que tiveram repercussão internacional, e *podcasts* de alcance muito pequeno, como aqueles que são gravados sem muitos recursos, em casa e sem muitos investimentos financeiros. Apesar de defender que entender os *podcasts* como uma evolução do rádio continua sendo pertinente para as pesquisas sobre o assunto, o autor considera que a natureza, o som e a experiência de ouvir *podcasts* são diferentes do que ele chama de "rádio linear". Dessa forma, o autor sugere que o termo "rádio" não seja mais útil para a análise e a produção de *podcasts* (BERRY, 2016, p. 17).

## **2.5 “Desligue o rádio. Ouça *podcasts*”**

Como podemos ver nos discursos aqui analisados, os enunciados denotam que o principal tensionamento percebido sobre os *podcasts* é em relação ao rádio. Essa tensão é resultante de dois movimentos: o primeiro da pesquisa nacional e internacional sobre os efeitos,

transformações e evoluções que os *podcasts* trariam ao rádio enquanto tecnologia; a segunda pela tentativa de diferenciação dos *podcasts* em relação ao rádio por parte dos produtores. A criação de comunidades próprias, a falta de recuperação das influências do rádio e o contraponto direto ao rádio comercial mostram a necessidade dos *podcasters* de se afirmarem como um meio independente, como forma de diferenciação e legitimação, bem como dos ouvintes em busca de diferenciação no consumo. A diferenciação entre *podcast* e rádio tradicional é entendida aqui neste trabalho como discursiva e conformadora de identidades, como veremos com mais detalhamento nas análises do quarto capítulo. A popularização dos *podcasts*, a criação de formas de financiamento próprios e a criação de comunidades, como foi discutido nesse capítulo, também são utilizadas como estratégias retóricas e discursivas dos produtores e ouvintes para diferenciar suas práticas e legitimar os seus próprios programas e hábitos. Esse é o tom da campanha “Desligue o rádio. Ouça *podcasts*” feitas por produtores brasileiros como o Carlos Merigo, do *BrainCast* e o *Chutando a Escada*.

Percebemos como as disputas em torno dos *podcasts* fazem partes das transformações em curso na linguagem sonora. Os tensionamentos se apresentam aos produtores e consumidores que, muitas vezes, conformam as suas práticas e produções a partir da adesão, recusa ou negociações com discursos em disputa. A definição de que os *podcasts* são programas de áudio atrelados a uma ferramenta de agregadores e assinaturas, como os *feeds*, quando aproximada ao conceito de formação discursiva, deixa ver a tentativa de regulação de práticas que deixam de lado, por exemplo, aqueles produtores que não têm habilidade técnica para a elaboração de um *feed*. Ou aqueles programas que se configuram como elementos de disputa política, como o *Desobediência Sonora*, que analisaremos nesta dissertação.

O conceito de formação discursiva, atrelado ao conceito de historicidade, nos desloca de uma análise que está organizada apenas no caráter cronológico dos *podcasts* e nos permite ver o movimento histórico em que diferentes temporalidades convivem. Ou seja, perpassados por discursos sobre os *podcasts*, pudemos vislumbrar velhos discursos sobre o papel dos meios de comunicação e das tecnologias. Em comum com os discursos sobre as transformações que os *podcasts* trariam ao rádio, entrevemos discursos que entendem todo desenvolvimento tecnológico como um agente de transformação. Esses deslocamentos, rupturas e disputas conformam o que depois reforçamos como naturalização do que é um *podcast*.

Mais do que apontar a inauguração de novas formas, estamos interessados em uma análise cultural e histórica que reconheça, por exemplo, como as séries atuais de televisão remetem ao modelo das novelas radiofônicas que, por sua vez, são referenciadas nos capítulos de revistas do século XIX (BRIGGS; BURKE, 2006 p. 11), e como todas essas linguagens

conformam competências de recepção que não são descartadas com o aparecimento de um “novo meio”. Entendemos que, mais do que reconfigurar diretamente as formas de ouvir, a tecnologia cria um ambiente em que experimentamos a linguagem sonora a partir de um conjunto de técnicas que funciona também como um elemento discursivo importante para a experiência (SÁ, 2006, p. 18). Interferindo, assim, nos discursos e na percepção do que são os *podcasts* e os seus ouvintes. Reafirmamos a nossa intenção de não tentar definir o que são *podcasts*, mas inseri-los nesta pesquisa como lugares de disputa, continuidades e rupturas, expressos nos discursos sobre o assunto, relacionando-os a aspectos contextuais da cultura.

Neste capítulo, com a aproximação do conceito de formação discursiva, tentamos recuperar disputas e dispersões que vão nos ajudar a interpretar sensibilidades articuladas aos *podcasts* do nosso capítulo analítico. O nosso percurso, mais do que tentar definir o que são *podcasts* tenta desvendar as disputas sobre o assunto, interpretando o que nelas se configura como próprio dos *podcasts* e o que nelas estão conectados discursos comuns sobre comunicação e tecnologia que discutiremos no capítulo a seguir. Consideramos os *podcasts* como um fenômeno cultural próprio, com lógicas de produção e práticas diferentes das rádios comerciais, mas que, ao mesmo tempo, mantêm linguagens e formatos próprios da memória auditiva e das matrizes culturais da linguagem sonora.

---

### 3. MARCO TEÓRICO-METODOLÓGICO

---

#### 3.1. Estudos culturais, comunicação, cultura e tecnologia

Neste capítulo, apresentamos as escolhas teórico-metodológicas que nortearam nosso percurso de investigação. Partimos de pressupostos sobre comunicação, cultura e tecnologia em diálogo com autores filiados aos estudos culturais. Por uma perspectiva dos estudos culturais, os meios de comunicação são constituintes e instituições da sociedade, e os seus usos são analisados no cotidiano, nas práticas de produção de sentido dos consumidores. É através desse entendimento teórico que compreendemos as historicidades das tecnicidades e sensibilidades dos *podcasts* do nosso *corpus*, pensadas em sua relação com os demais meios de comunicação, a cultura e a sociedade. Podemos definir os estudos culturais como uma corrente de estudo que entende os meios de comunicação a partir de uma valorização do sujeito (GOMES, 2004, p. 204). Esse ponto de vista busca compreender as complexidades e ambiguidades da cultura e dos meios de comunicação nas sociedades contemporâneas e amplia o entendimento dos meios de comunicação, não como aparatos e instrumentos, mas como constitutivos das próprias práticas sociais (GOMES, 2004, p. 204).

Os estudos culturais se formaram a partir dos trabalhos de autores como Richard Hoggart, Raymond Williams e Edward P. Thompson, e, posteriormente, Stuart Hall, com a consolidação e institucionalização do Centre for Contemporary Cultural Studies (CCCS), na Inglaterra. Esses autores tinham em comum o interesse de estudar aspectos da vida cotidiana e cultural dos trabalhadores ingleses. Em um primeiro momento, fizeram o esforço teórico e metodológico de negar a diferenciação entre alta cultura e cultura popular, recorrente na época da publicação dos primeiros trabalhos de Williams e Hoggart, nas décadas de 1950 e 1960. Em seu desenvolvimento, a tendência dos estudos culturais foi estender para mais campos da atividade humana o conceito ampliado de cultura. Em sua corrente inglesa e latino-americana, têm também o objetivo de compreender o funcionamento dos meios de comunicação na sua vinculação com cultura, sociedade e relações de poder, além de desenvolver uma teoria da comunicação que tenha como eixo as práticas comunicativas (GOMES, 2004, p 228).

Foi a partir do entendimento dos estudos culturais sobre os meios de comunicação que interpretamos a relação entre tecnicidades e sensibilidades dos *podcasts* aqui estudados, considerando as práticas de produção de sentido dos consumidores e criadores, analisadas a partir do entendimento global do processo comunicativo. Não nos interessa uma análise técnica

sobre um novo meio, mas como a utilização das técnicas e aparatos que permitem a publicação de arquivos sonoros em áudio na internet, assim como o hábito de consumi-los, nos dizem da relação com a cultura e a sociedade. Como apresentado no capítulo introdutório desta dissertação, os *podcasts* tensionam discursos que dizem muito sobre a nossa relação com a tecnologia, principalmente aquelas consideradas “novas”, por exemplo, os tensionamentos que surgiram sobre os possíveis impactos e consequências para o futuro do rádio a partir do desenvolvimento das redes digitais. Interpretar os *podcasts* com uma articulação sobre os discursos e práticas relacionadas às tecnologias será útil neste projeto, pois valores, práticas, formas de consumo e disputas sobre os *podcasts* estão relacionados a discursos sobre mudanças tecnológicas, transformações em meios tradicionais como o rádio e relações com grupos sociais que têm a tecnologia como conformadora de suas identidades.

Partimos do pressuposto de que a tecnologia não é apenas o produto do desenvolvimento natural e interno de um determinado campo do conhecimento, nem um sintoma de mudanças externas e gerais sobre a sociedade. Para Raymond Williams (1997), ao analisar uma tecnologia, os estudos culturais restauram a história do desenvolvimento da técnica, em busca das motivações e das necessidades para este desenvolvimento. Cada tecnologia é encarada como particular, relacionada com as demais, tanto as anteriores quanto as posteriores. Todas essas preocupações devem ser analisadas em conjunto. Pela perspectiva de Williams, história, instituição, forma e formatos gerados por essa tecnologia e seus efeitos devem ser analisados em uma perspectiva crítica, buscando as conexões entre os meios de comunicação, a cultura e a sociedade, em uma perspectiva que historicamente está interessada nos usos da cultura e na produção de significado nas práticas cotidianas.

Em *Television: Technology and Cultural Form*, Raymond Williams avança em uma contribuição do entendimento de tecnologia dentro dos estudos culturais. Ao avaliar as tradições de pesquisa sobre o impacto da televisão desenvolvidas até a década de 1970, Williams afirma que por trás das afirmações de que a televisão causa efeitos na sociedade, há o aparecimento de tensões históricas e filosóficas ainda não resolvidas. Para ele, nas entrelinhas dos argumentos sobre os efeitos da televisão, estão entendimentos teóricos e epistemológicos sobre a tecnologia e sua relação com a sociedade. Williams rebate essas perspectivas antagônicas sobre a tecnologia ao contar a história social da televisão em sua condição de tecnologia e nos dá uma pista de como proceder na análise de outros meios de comunicação, como os *podcasts*.

O autor define a televisão como uma “forma cultural”. Para o autor, a televisão é *ao mesmo tempo* uma tecnologia e uma forma cultural e uma instituição, sendo essas três

características indissociáveis. Ao fazer essa reflexão sobre uma tecnologia de comunicação específica, Williams nos ajuda a entender este meio de comunicação em seu relacionamento com a cultura e a sociedade. Os estudos que Williams faz sobre a televisão também podem ser transportados para um entendimento mais geral sobre as relações entre tecnologia, instituições sociais e cultura.

Recorremos ao verbete da palavra “tecnologia”, no livro *Palavras-chave* (2007), de Williams, para continuar no nosso exercício de pensar o *podcast* em relação às transformações na cultura. Em *Palavras-chave* (2007), o autor faz uma historiografia de diversas palavras importantes para as ciências humanas e defende que alterações nos usos das palavras são pistas para alterações na própria cultura e sociedade. Não há alteração nas formas de vida que não impliquem em transformações nos modos de pensamento (WILLIAMS, 2007). Em relação à palavra “tecnologia”, desde o século 17, usa-se o termo para descrever o estudo sistemático de uma arte ou o termo específico usado em uma arte específica. O termo muda no século 18 para uma descrição das artes mecânicas. Foi somente em meados do século 19 que tecnologia começou a se referir totalmente como “artes práticas”. O termo tecnólogo surgiu também nesta época. Williams relaciona o termo tecnologia com o recém especializado termo “ciência” e “cientista”. Tecnologia passa, então, a se referir à aplicação prática da ciência dentro de um campo selecionado. Vemos uma forte tendência, a partir desse momento, de pensar a tecnologia como um resultado ou produto do desenvolvimento do campo da ciência, o que irá nos influenciar no entendimento dos meios de comunicação como tecnologias a partir do século 20. Jesus Martín-Barbero considera que foi a partir da década de 1980 que deixamos de encarar a tecnologia como apenas mais um instrumento da humanidade. Houve uma reversão do conceito de técnica de mero instrumento para o motor da “sociedade da comunicação”. Esse entendimento veio acompanhado do maior peso dado aos meios de comunicação e à sociedade da informação nas esferas da vida cotidiana.

Williams faz a distinção de três formas de encarar a tecnologia. A primeira se apresenta como uma visão que ele chama de determinismo tecnológico. É uma visão ortodoxa que o autor considera ainda ter muito espaço nos discursos amadores e profissionais. Para essa visão, as novas tecnologias são descobertas por um processo interno de pesquisa e desenvolvimento, o que causa as condições específicas para o progresso e mudanças na sociedade. Os efeitos dessas tecnologias estão implicados em variados discursos, como aqueles que exemplificam efeitos e causas para o desenvolvimento da máquina a vapor, do carro, da televisão, da bomba atômica, geralmente, associando essas tecnologias às condições da vida moderna. A segunda abordagem sobre a tecnologia parece menos determinista, e Williams a nomeia como “tecnologia

sintomática”. Para essa abordagem, qualquer tecnologia é criada como um resultado, ou até mesmo um meio, de um processo de mudança que já estava ocorrendo ou estava prestes a ser desenvolvido. Por essa visão, encaramos as tecnologias como sintomas de uma mudança mais complexa. A tecnologia só adquiriria para essa perspectiva um status efetivo quando é usada por propósitos que já estão contidos no seu próprio processo social.

A terceira, que Williams pretende desenvolver, é uma perspectiva de abordagem sobre a tecnologia que leve em conta não apenas a sua história de desenvolvimento, mas também os seus usos de uma maneira mais radical, uma perspectiva que fuja dessas duas antigas abordagens dominantes de pensamento. A interpretação de tecnologia que Williams elabora difere do determinismo tecnológico porque restaura a intenção do processo de pesquisa e desenvolvimento de uma tecnologia, deixando de lado o acaso e a “evolução natural” que ficam implícitos na abordagem determinista. A tecnologia seria, então, para o autor, o resultado de uma busca por desenvolvimento e práticas planejadas. Ao mesmo tempo, essa interpretação proposta por Williams vai diferir da "tecnologia sintomática" porque seus efeitos e práticas seriam vistos de forma direta: como necessidades sociais já conhecidas, finalidades e práticas para as quais a tecnologia não seria marginal, mas central. Williams destaca que nem sempre uma necessidade social se transformará em uma nova tecnologia. Esse desenvolvimento está relacionado, mas não é determinado, por relações de poder. Seus usos partirão, da mesma forma, de múltiplas possibilidades de usos sociais dessas tecnologias e necessidades na vida cotidiana.

Williams rebate perspectivas antagônicas sobre a tecnologia ao contar a história social da televisão em sua condição de tecnologia e nos dá uma pista de como proceder na análise de outros meios de comunicação. Ele afirma que a sua intenção é tentar analisar a televisão como uma tecnologia cultural particular. Para isso, Williams vai olhar para o seu desenvolvimento historicamente, quais são as instituições que ela forma, seus formatos e seus efeitos, em uma dimensão crítica. Analisar os discursos sobre a tecnologia que são comumente empregados, retomar à história social da televisão como tecnologia e só assim poder analisar qual é a história dos usos sociais dessa tecnologia são as pistas que Williams nos deixa em seu estudo sobre a televisão para nossa interpretação dos *podcasts*.

Para Grossberg (2015), as reações sobre o desenvolvimento de novas tecnologias são repetitivas, se conformando em dois movimentos. De um lado, há quem defenda que o novo meio é mais uma ameaça para a ordem social existente, que vem para ameaçar o sistema de valores já consolidados ou destruir as instituições da sociedade, como a família, a democracia, etc. De outro, há os argumentos daqueles que enxergam nas novas tecnologias uma espécie de

salvação com potencial resolução de problemas estruturais, como melhorias na democratização, educação, etc (GROSSBERG, 2015, p. 54). Um dos exemplos, para ele, é o argumento sobre a utilização da internet. Quando do seu surgimento, havia a promessa de usos inventivos, na prática, os usos tornaram-se previsíveis e banais, quando não reproduziram as práticas de meios de comunicação já existentes. (GROSSBERG, 2015, p. 260).

Na América Latina, os discursos sobre a tecnologia das comunicações traçam um trajeto que vai da modernização, nas décadas de 1930-1940, passa pela necessidade de desenvolvimento, nos anos 1960-1970, e consolida num momento atual de ênfase na privatização, a partir dos anos 1990. Modernização era um projeto político de adequação das economias latino-americanas às exigências do mercado mundial, que perpassava a necessidade de construção de uma sensibilidade nacional. O alcance e sentido das tecnologias de comunicação, sua relação com a cultura nesse momento, remete então a um movimento social e a um projeto populista, com aparição de massas urbanas e sua demanda pela massificação de direitos como saúde e educação. Nesse momento, foi o rádio que foi a chave da gestação e crescimento do sentido nacional e no sentimento de cotidianidade (MARTÍN-BARBERO, 1987, p. 105).

No Brasil, assim como em muitos países latino-americanos, a modernização via meios de comunicação servia como um elemento para a construção da nacionalidade, um projeto que perpassa os anos 1930 a 1950, em que a questão nacional se impôs com força em políticas de estado e na utilização dos meios de comunicação (ORTIZ, 2001, p. 50). “Como a indústria cultural é incipiente, toda discussão sobre a integração nacional se concentra no Estado, que em princípio deteria o poder e a vontade política para a transformação da sociedade brasileira” (ORTIZ, 2001, p. 51). Essa preocupação orientava as metas do Estado para a radiodifusão, setor considerado chave na promoção da educação e da transmissão da palavra oficial.

A segunda etapa, em vez de um projeto político, foi consolidada como um projeto essencialmente econômico, endossando a ideia de que os países latino-americanos são pobres porque não produzem. O antídoto, então, era cumprido pelas novas tecnologias da comunicação, em especial a televisão, na construção de um público único, transnacional, e no entendimento que a transferência de uma tecnologia avançada dos países desenvolvidos seria a solução para os problemas do subdesenvolvimento (MARTÍN-BARBERO, 1987, p. 105)

A partir dos anos 1990, instalou-se, juntamente com a tecnofascinação, uma cultura da privatização. Para Martín-Barbero, é preciso ter em conta que a centralidade que as tecnologias têm atualmente na chamada sociedade da informação pode demonstrar uma cumplicidade com os discursos da modernização neoliberal (MARTÍN-BARBERO, 2006b, p. 55). Vivemos

atualmente uma convergência entre sociedade e mercado, que configura para Martín-Barbero uma "racionalidade tecnológica". A fascinação pela tecnologia como princípio organizador da sociedade também ressoa, para o autor, a cultura da privatização, "que converteu a política em intercâmbio e negociação de interesse e ao mercado no princípio organizador da sociedade em seu conjunto, em um movimento de autolegitimação que confunde a autonomia do sujeito com o âmbito da privacidade e do consumo" (MARTÍN-BARBERO, 1998, p. 32, tradução nossa).

Jesus Martín-Barbero afirma que desde o final dos anos 1980, a pesquisa em comunicação na América Latina é protagonizada pelas "novas tecnologias". "O surgimento de tais tecnologias na América Latina se inscreve, em todo caso, num velho processo de esquizofrenia entre modernização e possibilidades reais de apropriação social e cultural daquilo que nos moderniza" (MARTÍN-BARBERO, 1997, p. 253). O autor alerta para o tratamento dessas novas tecnologias como fetiche, uma atitude obviamente conveniente para os seus produtores, mas que não abarca as multiplicidades de usos que serão feitos dessas tecnologias em sociedades desiguais e complexas com as da América Latina. Um dos enganos de tratamento dessas "novas tecnologias" é entender essas redes globalizadas como a conquista de uma desejada contemporaneidade com os países desenvolvidos. "Enganosa contemporaneidade, porém, uma vez que encobre a não-contemporaneidade entre objetos e práticas, entre tecnologias e usos, impedindo-nos assim de compreender os sentidos que sua apropriação adquire historicamente" (MARTÍN-BARBERO, 1997, p. 256).

Para evitar a perspectiva evolucionista sobre as tecnologias que acompanha o desejo de contemporaneidade ao qual se refere Jesus Martín-Barbero, nos apropriamos do conceito de historicidade para a nossa análise sobre *podcasts*. Pensar as historicidades das técnicas e sensibilidades relacionadas aos *podcasts* analisados exige um movimento de escolha epistemológica e política que entende o fenômeno não por uma perspectiva linear de um meio de comunicação, mas que percebe as contradições, ambiguidades e continuidades das experiências e práticas de consumo e as distintas temporalidades dos processos comunicacionais. Nos exige um movimento de entender o caráter histórico desses processos, juntamente com a existência de distintas temporalidades na cultura. O conceito de historicidade é aqui apropriado com a intenção de pensar "novos sentidos do histórico que possam sanar os espaços de esquecimento na historiografia da comunicação, a partir da adoção de uma perspectiva interpretativa das narrativas guardadas na memória do campo do vivido e confrontadas com as narrativas da historiografia" (BARBOSA; RÉGO, 2017, s.p.). O conceito de historicidade nasce na tensão entre a filosofia e a história, explicitando disputas entre esses dois campos do conhecimento (BARBOSA; RÉGO, 2017, s.p.).

O historiador alemão Reinhart Koselleck entende a historicidade, e as categorias a ela relacionadas, como uma “uma metaciência da história que não investiga o movimento, mas a mobilidade, não a mudança no sentido concreto, mas a mutabilidade” (KOSELLECK, 2014, p. 278). Ao pensar as historicidades dos processos comunicacionais, Gomes e coautores (2017) buscam não apenas identificar quais seriam as referências do passado de um fenômeno comunicacional recente, mas “compreender as historicidades a partir dos movimentos de transições continuadas, de disputas de sentidos e de confluência de diversas marcas temporais” (GOMES et al., 2017, p. 4). Dessa forma, estudar as historicidades dos *podcasts* não significa descobrir quais foram as mudanças ou resultados de um processo, em contraposição ao rádio, por exemplo, como algo posto e dado, da ordem do passado, mas no movimento contínuo, evitando os discursos generalizantes sobre os meios de comunicação e as tecnologias, e investindo em um entendimento de que “as vivências e experiências de cada sociedade divergem temporalmente, tanto quanto espacialmente, e são marcadas com distintas marcas de historicidade que se constituem em seus próprios contextos constitutivos e constituídos” (BARBOSA; RÊGO, 2017, s.p.).

Acompanhamos também Martín-Barbero (1995) para quem não há apenas uma só história e nem uma direção única da história. Para o autor, a visão progressista da história impede que os analistas vejam “a multiplicidade de temporalidades, a multiplicidade de histórias, com seus próprios ritmos e com suas próprias lógicas” (MARTÍN-BARBERO, 1995, p. 42). A forma de abordar a comunicação e as tecnologias é um dos aspectos centrais do nosso percurso analítico, diante do reconhecimento da necessidade de uma nova sensibilidade para a investigação que reconheça a multiplicidade e a heterogeneidade de temporalidades (MARTÍN-BARBERO, 1995, p. 42). Há aqui uma recusa de entender os usos e práticas relacionadas aos *podcasts* como uma passagem de uma tradição (o rádio) a uma modernidade (o *podcast*), “como se não houvesse aspectos absolutamente contraditórios, mas sim formas de articulação entre diversos processos de modernidade e tradição” (MARTÍN-BARBERO, 1995, p. 44).

Para Martín-Barbero (2005), a técnica não pode ser confundida com a inovação tecnológica. A “questão tecnológica” é, para o autor, uma das reflexões e desafios mais importantes no campo da comunicação atualmente. A forma como o autor encara a tecnologia, ao falar sobre as transformações pelas quais a comunicação, a cultura e a sociedade estão passando atualmente, está em consonância com a abordagem de Raymond Williams. O desafio que Martín-Barbero e os outros autores citados trazem é reconhecer a centralidade que os meios de comunicação têm na sociedade, com a grande presença que as tecnologias têm no nosso cotidiano, sem ceder ao determinismo tecnológico, nem aderir ao discurso neoliberalizante que

assume as inovações tecnológicas como partes essenciais de um progresso desejado, mas que também é socialmente construído, evitando que os valores de mercado e do capitalismo sejam o “único princípio organizador da sociedade” (MARTÍN-BARBERO, 2009b, s.p.).

A questão das distintas temporalidades é apropriada por Martín-Barbero assim como entendida por Raymond Williams, na defesa de que, em toda sociedade, convivem formações culturais arcaicas, residuais, novas e emergentes. Essas distintas temporalidades são marcadas sem fundamentalismos, não como se fossem metafisicamente distintas, mas histórica e socialmente distintas. Desse modo, para Martín-Barbero, existem distintas temporalidades das classes, das raças, das fêmeas, dos sexos, das gerações, etc. Para o autor, isso se apresenta como "uma nova maneira de introduzir a dimensão histórica nos processos de comunicação, não mais como aquela história do progresso, como aquela história unificada de desenvolvimento, mas como essa heterogênea pluralidade articulada em cada país, em cada região" (MARTÍN-BARBERO, 1995, p. 44).

Nesta perspectiva, analisar produtos comunicacionais como os *podcasts*, num contexto latino-americano, como o nosso, só é possível a partir do entendimento dessas singularidades e desigualdades. Nestor García Canclini (2007) propõe a busca por uma teoria que abarque as nossas diversidades enquanto latino-americanos, para dar atenção aos desafios metodológicos e teóricos que se impõem devido aos obstáculos socioeconômicos e políticos do mundo globalizado. Segundo Canclini, a globalização e a interculturalidade do mercado global mudam "as perguntas sobre o local, o nacional e o transnacional, sobre as relações de trabalho, consumo e território, ou seja, alteram a articulação dos cenários que davam sentido aos bens e mensagens" (CANCLINI, 2007, p. 21). Um dos resultados desse cenário, segundo o autor, é a existência de um público informatizado, conectado e "os outros", os diferentes e desconectados. O mundo globalizado e a troca de bens e mensagens entre países distintos seguem dinâmicas divergentes com os gostos e os afetos, e essa nova situação das relações interculturais é o que estimularia as revisões teóricas de trabalhos de antropólogos, sociólogos e dos estudiosos da comunicação (CANCLINI, 2007, p. 22). “As maneiras pelas quais se estão reorganizando a produção, a circulação e os consumos dos bens culturais não são simples operações políticas ou mercantis; instauram novos modos de entender o que é o cultural e quais são seus desempenhos sociais” (CANCLINI, 2007, p. 49).

Entendemos que o contexto de globalização e redes informacionais é perpassado por um local que é específico e desigual, inclusive nos usos e acessos a tecnologias, o que gera diferentes temporalidades a serem interpretadas. As diferenças ficam ainda mais presentes quando falamos de um público que consome *podcasts*, considerado um público de alto poder

aquisitivo, uma parcela da população brasileira que possui recursos que a maioria não dispõe, e hegemonicamente têm o poder de consolidar discursos sobre as suas próprias práticas e sua relação com a tecnologia e a sociedade.

As apropriações da tecnologia, principalmente no contexto latino-americano, têm favorecido a centralização do poder e a consolidação do que os autores como Best e Kellner chamaram de tecnocapitalismo (GOMES, 2015, p. 37). "Essa posição é baseada na compreensão de que vivemos num sistema que se define pela desigualdade econômica, política, simbólica e que as inovações tecnológicas tendem a reforçar, justamente na medida em que concebemos que a tecnologia não existe fora, não paira acima, da sociedade" (GOMES, 2015, p. 37). O que estamos vendo no uso das redes digitais, para além das possibilidades de democratização de conhecimento e linguagens prometidas nos primeiros anos da popularização da internet, é a consolidação da desigualdade entre sujeitos que Martín-Barbero e Rey (2004) chamaram de inforricos, conectados a uma infinita oferta de bens e saberes, em oposição a uma maioria cada vez mais abertamente excluída (MARTÍN-BARBERO; REY, 2004, p.31).

A necessidade de direcionarmos o nosso olhar para a cultura e sociedade antes de analisarmos as tecnologias demanda pensarmos em teorias e metodologias para a investigação dos usos da internet. Para isso, Raúl Fuentes-Navarro (2005) começa abrindo mão do caráter de “novidade absoluta” das redes de comunicação digitais. Ele afirma que o processamento da informação não é uma atividade recém-estabelecida, “tampouco, o intercâmbio entre seres humanos de informação com propósitos de sobrevivência, controle do entorno, organização social, construção do conhecimento, comércio ou exercício do poder” (FUENTES-NAVARRO, 2005, p. 230, tradução nossa). Retornar à história da internet e de suas características é o mecanismo que Fuentes-Navarro encontra para sugerir que o desenvolvimento e popularização da internet não podem ser considerados rupturas. O que o autor afirma ser historicamente novo, no caso da internet, é o desenvolvimento de sistemas industriais e comerciais que realizam em caráter massivo essas atividades. Além disso, destaca a novidade da importância dessas redes digitais na organização social global.

Essas mudanças geraram o imperativo de novos sistemas teóricos dedicados a explicar esses fenômenos (FUENTES-NAVARRO, 2005). Fuentes-Navarro defende que os objetos dessas investigações não são os produtos das tecnologias novas e, sim, “as mudanças nas relações socioculturais entre sujeitos e sistemas, na organização da vida cotidiana e de suas representações cognitivas, na distribuição das relações de poder e de controle dos espaços e dos tempos nos quais se situa toda a atividade humana” (FUENTES-NAVARRO, 2005, p. 233, tradução nossa). Para tal, Fuentes-Navarro propõe rearticular os processos subjetivos e

intersubjetivos de significação, através dos esquemas perceptuais e interpretativos que medeiam, em cada setor cultural, as relações possíveis com as estruturas e os sistemas objetivos de processamento e difusão da informação. Essa perspectiva, segundo Fuentes-Navarro, tem o objetivo de restituir a complexidade dos processos socioculturais nos modelos de comunicação. Ou seja, na interação material e simbólica entre sujeitos supõe-se a recorrência tanto de sistemas informacionais quanto de sistemas de significação, a mediação nesse caso determina a produção e a reprodução de sentido, tanto das práticas socioculturais quanto da comunicação por si mesma (FUENTES-NAVARRO, 2005). Essa preocupação seria um caminho possível para interesses de pesquisa que se dedicassem a entender os usos sociais das tecnologias digitais. A proposta de Fuentes-Navarro, tanto teórica quanto metodologicamente, é assumir a necessidade de rearticular a tecnologia e a cultura.

A partir do nosso entendimento de tecnologia, rupturas entre formatos e revoluções tecnológicas perdem força analítica. Para analisar nosso fenômeno, não consideramos que as possíveis mudanças foram consequências de transformações nas tecnologias. Nossa abordagem não pretende negar a importância da tecnologia. Para Martín-Barbero, pensar as tecnologias como exteriores e acessórias à comunicação é tão deformador quanto reduzir a comunicação às tecnologias. Ao falar das mudanças que teriam sofrido a sociedade e a política após a consolidação da televisão como uma instituição da sociedade, o autor afirma que o contato cada vez menor do público com os políticos profissionais ocorre por mudanças na sociedade, não necessariamente causadas pelos modos como a comunicação política é feita pela televisão, como denunciariam aqueles mais propensos a interpretações deterministas. No entanto, não deixa de reconhecer que a revolução tecnológica deste fim de século introduziu na nossa sociedade um novo modo de relação entre os processos simbólicos e as formas de produção e distribuição de bens e serviços. “A tecnologia é convertida em um sistema comunicativo e também rearticula as relações entre comunicação e cultura” (MARTÍN-BARBERO, 2005, p. 33, tradução nossa).

São os desafios teóricos e metodológicos citados, impostos pelas particularidades dos países latino-americanos, e trazidos pelo ambiente de globalização e pela maior presença dos meios de comunicação e das tecnologias digitais em cada vez mais aspectos da vida cotidiana, que motivam as questões de pesquisa desenvolvidas no nosso trabalho. Faz parte do nosso esforço, enquanto pesquisadores de comunicação, compreender as transformações pelas quais passam os meios de comunicação, a cultura e a sociedade em uma ambiência de grandes mudanças tecnológicas e rápida digitalização de muitas áreas da vida cotidiana. Propostas de análise que buscam nas historicidades dos meios as motivações e necessidades sociais para o

seu desenvolvimento, nos dão pistas para interpretar as novas tecnologias e nos ajudam na tentativa de melhor compreender as mudanças pelas quais passam a nossa sociedade contemporânea. As premissas de pesquisa dos estudos culturais oferecem bases conceituais e ferramentas para avançarmos no entendimento dos meios de comunicação digitais, em um mundo em que as tecnologias são centrais para a produção de sentidos, para as formas como nos colocamos no mundo e para as sensibilidades vividas no cotidiano.

### 3.1.1 Do Mapa das Mediações ao Mapa das Mutações

Após a exposição das escolhas teóricas e epistemológicas, vamos demonstrar como a articulação entre o Mapa das Mediações e o Mapa das Mutações, de Jesus Martín-Barbero, será utilizada como ferramenta teórico-metodológica para enfrentar os desafios propostos no nosso trabalho. O nosso objetivo é demonstrar como o uso dos dois mapas, em articulação com conceitos e autores já apresentados, nos ajudaram a interpretar as historicidades das relações entre tecnicidades e sensibilidades a partir dos *podcasts* analisados.

Em detrimento de uma análise imanente de produtos, das lógicas de produção dos meios, ou da recepção especificamente, a proposta de Martín-Barbero é partir do lugar onde se estabelece a relação entre consumidores e meios, o que ele chama de campo das mediações (GOMES, 2004, p. 206). Tal perspectiva entende as mediações como uma espécie de estrutura incrustada nas práticas sociais e na vida cotidiana (LOPES, 2014, p. 68). É através dessas práticas que as múltiplas mediações tomam forma. Mediações seriam, então, “lugares dos quais provêm as construções que delimitam e configuram a materialidade social e a expressividade cultural” (MARTÍN-BARBERO, 1997, p. 292).

Segundo Maria Immacolata Lopes (2014, p. 68), o conceito de mediação não possui uma única definição, é preciso pensá-lo no plural, como mediações. Martín-Barbero tinha a intenção de formular o conceito de mediações de modo a evitar análises redutoras, que encaram o processo comunicativo em áreas autônomas de análise como, por exemplo, a produção, a mensagem, o meio e a audiência.

A mediação deve ser entendida como o processo estruturante que configura e reconfigura tanto a lógica da produção quanto a lógica dos usos. Ela exige pensar ao mesmo tempo o espaço da produção, assim como o tempo do consumo, ambos articulados pela vida cotidiana (usos/consumo/práticas) e pela especificidade dos dispositivos tecnológicos e discursivos da mídia envolvida (LOPES, 2014, p. 71).

O conceito de mediação vem combater o midiacentrismo dos estudos de comunicação redirecionando o olhar de uma perspectiva tecnológica para os usos sociais dos meios. No primeiro mapa noturno de *Dos meios às mediações* (1997), Martín-Barbero propõe uma abordagem teórica-metodológica que sirva para questionar a dominação, a produção e o trabalho, mas a partir do que ele chama de "outro lado": as brechas, o consumo e o prazer, em um mapa que reconhece os meios e o consumo a partir das mediações e dos sujeitos (MARTÍN-BARBERO, 1997, p. 288). E ele faz isso através do "estudo das instituições, organizações e sujeitos, das diversas temporalidades sociais e da multiplicidade de matrizes culturais" (GOMES, 2004, p. 206).

Nesse primeiro momento, são três as mediações apresentadas para o estudo da televisão: a cotidianidade familiar, a temporalidade social e a competência cultural. A cotidianidade familiar diz respeito à centralidade da família como unidade básica da audiência televisiva na América Latina, se inscrevendo no próprio discurso televisivo. A temporalidade social é o tempo constituinte da cotidianidade, feito de repetição e fragmentos, que seria a matriz cultural do tempo organizado pela televisão. A competência cultural, definida por Martín-Barbero com o auxílio do conceito de *habitus*<sup>10</sup> de Pierre Bourdieu, seria o que deixa ver as perspectivas e os gostos, não apenas segundo as classes sociais, como proposto pelo autor francês, mas as competências dos diversos grupos que atravessam as classes, e dizem respeito às competências que vivem da memória "narrativa gestual, auditiva - e também dos imaginários atuais que alimentam o sujeito social" (MARTÍN-BARBERO, 1997, p. 301).

Dessa maneira, a tentativa de interpretar a televisão latino-americana a partir da cultura popular e das mediações demonstra o esforço de entender o consumo e a produção em conjunto, não como instâncias separadas. A produção é vista em diálogo com as demandas sociais e as experiências culturais que existem no dia a dia, nas práticas cotidianas, que "emergem historicamente a partir da materialidade social" (LOPES, 2014, p. 68). Por esse entendimento, a "cultura de massa não aparece de repente, como uma ruptura" (MARTÍN-BARBERO, 1997, p. 169). Os meios de comunicação são gerados lentamente a partir da cultura e das práticas sociais cotidianas. Nos termos de Raymond Williams, o residual é aquilo do passado que ainda se vê no processo cultural do presente como um elemento ainda importante, vigente. Para

---

<sup>10</sup> *Habitus* é "um sistema de disposições duráveis que, integrando todas as experiências passadas, funciona como matriz de percepções, de apreciações e de ações, e torna possível o cumprimento de tarefas infinitamente diferenciadas" (BOURDIEU apud MARTÍN-BARBERO, 1997 p. 112).

Martín-Barbero, a telenovela é a manifestação mais significativamente latino-americana do residual, na centralidade que as tramas familiares têm nas narrativas, na organização do tempo do trabalho e do lazer, e como tudo isso, na telenovela, convoca a competência cultural dos povos.

Nos anos que se seguiram à elaboração do primeiro mapa, publicado em 1987, as transformações dos meios de comunicação se acentuaram. Os desafios impostos pelas novas tecnologias da informação foram tomando mais espaço em sua obra. O autor foi estimulado a repensar as mediações e o papel que os meios de comunicação têm, sendo questionado a fazer uma inversão da sua atenção das mediações aos meios. No entanto, o que o Martín-Barbero elabora em um novo prefácio da edição espanhola de *Dos meios às mediações* (2006a) é reforçar a importância das mediações, acrescentando ao mapa noturno novas mediações que influenciam no processo comunicativo.

A centralidade das tecnologias da comunicação e dos meios de comunicação, segundo Martín-Barbero, faz mais necessário do que nunca manter a estratégica tensão, que ele afirma ser epistemológica e política, "entre as *mediações históricas* que dotam os meios de sentido e alcance social e o *papel de mediadores* que eles possam estar desempenhando hoje" (MARTÍN-BARBERO, 2006a, p. 12, grifo do autor). Em seu projeto político, e na sua atenção às populações da América Latina, o autor afirma que os latino-americanos assimilam as imagens da modernização e as mudanças tecnológicas, mas apenas lentamente recompõe os sistemas de valores, de normas éticas e virtudes cívicas envolvidas no processo. Esse descompasso, segundo o autor, é o que o motiva a "continuar o esforço por desentranhar a cada dia mais complexa trama de mediações que a relação entre comunicação/cultura/política articula" (MARTÍN-BARBERO, 2006a, p. 12).

A trama das mediações, então, se ramifica para um segundo mapa que aborda as novas complexidades da comunicação. A importância de reconfigurar as mediações se dá porque elas constituem os novos modos de interpelação dos sujeitos e de representação dos vínculos que dão sentido à vida em sociedade (MARTÍN-BARBERO, 2006a, p. 14). No centro do mapa, estariam as relações entre comunicação, cultura e política, que ligam os pontos do mapa que se movem sobre dois eixos, um diacrônico e histórico, de longa duração. No eixo diacrônico, estão as mediações das Matrizes Culturais e Formatos Industriais. No segundo eixo, sincrônico, se apoiam as Lógicas de Produção e as Competências de Recepção ou Consumo (MARTÍN-BARBERO, 2006a, p. 17). Entre os pontos do mapa estão as mediações da institucionalidade, ritualidade, socialidade e tecnicidade - as mediações comunicativas da cultura, um lugar onde podemos investigar as mutações culturais envolvidas no processo de adensamento da

importância dos meios de comunicação, lugares que reconfiguram as relações entre sociedade, cultura e política (MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 19).



Figura 1: Reprodução do Mapa das Mediações (MARTÍN-BARBERO, 2006a, p. 16).

A utilização do Mapa das Mediações como aporte teórico-metodológico deste trabalho vem com a tentativa de evitar dois problemas comuns, segundo Martín-Barbero, aos estudos dos meios de comunicação na América Latina. Um é entender os consumidores como vítimas manipuladas e o outro é o desconhecimento dos saberes dos produtores (MARTÍN-BARBERO, 1995, p. 55). O Mapa das Mediações entende o processo comunicativo como um modo de interação, não só com as mensagens, mas com a sociedade, com os atores sociais, e não só com os aparatos, porque cada uma das instâncias do mapa é importante para o entendimento da construção de sentidos, usos e práticas. É através das mediações que a circulação de discursos e sentido dos meios de comunicação e de seus textos será construída (MARTÍN-BARBERO, 1995, p. 58).

Cada mediação deve ser interpretada em conjunto com as demais mediações do mapa. As Matrizes Culturais se relacionam com os Formatos Industriais e nos remetem à história das mudanças na articulação entre os públicos e os discursos sobre os meios de comunicação que agenciam as formas hegemônicas utilizadas para a expressão (MARTÍN-BARBERO, 2006a, p. 16). Pensar a relação entre matrizes culturais e formatos industriais nos permite entrever a cumplicidade entre os discursos hegemônicos e subalternos, nos faz questionar quais são as gramáticas discursivas dos meios de comunicação que se relacionam com saberes narrativos, hábitos e técnicas expressivas da cultura e dos meios de comunicação. No caso dos *podcasts* analisados, vemos como as matrizes culturais do rádio operam como mediadoras para a

construção de *podcasts*, elaborados a partir da memória auditiva de seus produtores e seu público. Mesmo com o esforço discursivo que proclama uma inovação por meio da tecnologia e da recusa em reconhecer os trajetos do passado, são as matrizes do rádio que darão sentido aos modos de saber fazer e saber ouvir, configurando assim os “formatos industriais”. É essa relação que ativa novas e velhas competências de leitura, demonstrando como nos processos comunicacionais operam distintas temporalidades.

Por sua vez, as relações entre as Matrizes Culturais e as Competências de Recepção são mediadas pelos movimentos de socialidade (MARTÍN-BARBERO, 2006a, p. 17). Para Martín-Barbero, Competências de Recepção ou Consumo são processos de interação e de negociação de sentido. Já as Matrizes Culturais moldam o *habitus* e conformam as Competências de Recepção. A mediação da socialidade, nesse processo, é o resultado da trama das relações cotidianas e é onde de fato são gerados os modos e usos coletivos da comunicação. São também os modos de interpelação e constituição dos atores sociais e de suas relações com o poder.

Como resultados da pesquisa, percebemos a importância da mediação da socialidade na formação de comunidades de ouvintes em *podcasts* como o *Mamilos*, com interesse em feminismo, *NerdCast*, que reúne interessados em cultura pop e articulam uma identidade descrita como *nerd*, e o *AntiCast*, reunido pela partilha de ideias de esquerda e do combate ao crescimento do conservadorismo de direito no Brasil. Em um movimento que entenda as historicidades de *podcasts*, e a relação dessa mediação com as Matrizes Culturais, percebemos o potencial analítico da mediação da socialidade quando vemos que esse movimento não é novo, mas característico do rádio, seja em rádios comerciais, em suas sessões de cartas de ouvintes do passado, e na formação de comunidades com matrizes no radioamadorismo, ou no aspecto cada vez mais local do rádio.

A socialidade resulta dos modos e usos coletivos da comunicação, e as transformações na socialidade remetem a movimentos de reencontro com o comunitário (MARTÍN-BARBERO, 2006a, p. 18). As formas de socialidade são consideradas importantes porque as novas sensibilidades podem ser vistas a partir das transformações nas socialidades, pois as novas maneiras de simbolizar e criar práticas através dos laços sociais estão a cada dia mais entrelaçadas às redes comunicacionais e aos fluxos de informação (MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 258). Isso pode nos ajudar a entrever o que Martín-Barbero questiona a partir "das novas maneiras de juntar-se e excluir-se, de desconhecer-se e se reconhecer que adquire consistência social e relevância cognitiva aquilo que passa em e pelas mídias e pelas novas tecnologias da comunicação" (MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 220). No caso dos *podcasts* analisados, a interação entre ouvintes e produtores se configura como elemento de aproximação

a identidades. *Anticast*, *Mamilos* e *Nerdcast* criam comunidades próprias de ouvintes, identificados com o hábito de ouvir *podcasts* e com os temas tratados em cada um dos programas. No caso do *Anticast* e do *Mamilos*, ser um dos financiadores dos programas dá entrada para uma comunidade privada no Facebook, o que aumenta o investimento da audiência e o contato entre os ouvintes. No caso do *NerdCast*, ser ouvinte do programa já é configurado como um aspecto legitimador da adesão a uma identidade *nerd*.

A relação entre as Matrizes Culturais e as Lógicas de Produção é mediada pela institucionalidade, uma mediação "densa de interesses e poderes contrapostos, que tem afetado, e continua afetando, especialmente a regulação dos discursos" (MARTÍN-BARBERO, 2006a, p. 17). Pensar a institucionalidade, para Martín-Barbero, é enxergar na comunicação os discursos a partir dos meios, ou seja, como funciona a produção de discursos públicos "cuja hegemonia se encontra hoje paradoxalmente do lado de interesses privados", mas também pensar como as majorias e minorias buscam defender seus direitos e fazer-se reconhecer (MARTÍN-BARBERO, 2006a, p. 18).

A institucionalidade, no caso dos *podcasts*, nos dá pistas analíticas interessantes que serão desenvolvidas no próximo capítulo. Em um ambiente em que o discurso é de liberdade e potencialidade de democratização, como a internet, foi possível observar através da nossa análise como opera a mediação da institucionalidade entre os diversos produtores e públicos. Na nossa análise de *podcasts* considerados independentes, sem vínculos comerciais com o rádio, podemos ver como opera de modos contraditórios a mediação da institucionalidade. Apesar de toda a liberdade proclamada, vemos nos *podcasts* analisados uma tentativa de institucionalização ao longo do tempo, com a criação de associações de produtores, a tentativa de definição do que poderia ser considerado um *podcast*, a adesão a instituições consideradas hegemônicas na sociedade, como o jornalismo, com o caso de identificação e adequação do *Mamilos* a práticas jornalísticas, e a crescente adequação às lógicas produtivas do mercado publicitário, como é o caso do *Nerdcast*.

A mediação da institucionalidade também é aquela que medeia as formas como as minorias de poder buscam o reconhecimento. "Assistimos a uma multiplicação de movimentos em busca de outras institucionalidades, capazes de dar forma às pulsões e aos deslocamentos da cidadania para o âmbito cultural do plano da representação para a do reconhecimento instituinte" (MARTÍN-BARBERO, 2006a, p. 18). Vemos esse movimento no *AntiCast*, e, também, nos desdobramentos dos *podcasts* de leitores como o *Lado (B)lack* e o *Trans Missão*, que por meio da elaboração de *podcasts* querem dar forma e visibilidade a sujeitos historicamente marginalizados, ao se fazerem visíveis para disputar modos de fazer política. E

também no *Desobediência Sonora* que recusa valores instituídos do capitalismo, como a propriedade privada e o individualismo, mas adere a institucionalidades referentes aos modos de fazer rádio e encarar a tecnologia como agente de transformação social. Um movimento cheio de ambiguidades em todos os *podcasts* citados, pois a mediação da institucionalidade deixar ver, ao mesmo tempo, adesões e recusas a formas e valores instituídos.

Os Formatos Industriais são considerados pelo autor como discursos, gêneros, programas, grades e palimpsestos mediados pelas ritualidades, que são “os nexos simbólicos estabelecidos com a audiência e que sustentam toda comunicação” (MARTÍN-BARBERO, 2006a, p, 19). Na relação com os Formatos Industriais, a ritualidade é a gramática da ação, das formas do olhar, do escutar, do ler, que regulam a interação entre os espaços e tempos da vida cotidiana. Por parte dos produtores, as ritualidades deixam ver a capacidade que esses meios têm de impor regras “aos jogos entre significação e situação” (MARTÍN-BARBERO, 2006a, p, 19). Movimento esse que não é preciso, pois são também as ritualidades que medeiam as Competências de Recepção, ou seja, o processo de elaboração de sentido por parte dos consumidores. Na relação com Competências de Recepção, a mediação das ritualidades remete, então, “aos diferentes usos sociais dos meios” (MARTÍN-BARBERO, 2006a, p, 19). O autor afirma que as ritualidades são retiradas do tempo arcaico e mostram as especificidades do contemporâneo. A análise das ritualidades nos permite interpretar como funciona o jogo entre o uso cotidiano dos meios e os hábitos.

Essa mediação é profícua analiticamente. É um dos pontos de maior disputa em tempos de mudanças tecnológicas, em que são debatidas novas formas de ouvir, novos hábitos, que mudariam com as redes digitais e a popularização dos *smartphones* e a escuta em deslocamento, por exemplo. Em nosso esforço analítico, vimos as continuidades, ou seja, as ritualidades que permanecem e que são aspectos dominantes do rádio, e quais são as novas ritualidades presentes em um mundo conectado. Entre as ritualidades que permanecem, estão aquelas que inserem os *podcasts* no tempo de ócio e solidão, na mobilidade da linguagem sonora que foi permitida desde a invenção do transístor e que fez o rádio acompanhar seus ouvintes durante as tarefas domésticas e no deslocamento pela cidade, que inserem a linguagem sonora, os rádios e os *podcasts* como um companheiro próximo e íntimo. Da parte dos produtores, as continuidades com as ritualidades do rádio permanecem, com a divisão do programa em blocos, com início meio e fim, assim como nos programas de rádio, e na utilização dos mediadores como condutores dos programas.

São as ritualidades que irão mediar as diversas trajetórias de leitura que os ouvintes irão elaborar para ouvir os *podcasts*. Entre as novas ritualidades estão aquelas em que os *podcasts*

se inserem no cotidiano a partir da fragmentação e dispersão proporcionadas pela assincronia que os diferem da sincronia da radiodifusão. Começar a escutar um *podcast* assim que foi publicado, ouvir um *podcast* escolhido aleatoriamente entre os 300 episódios disponíveis do mesmo programa no *feed*, pular o programa para o momento exato em que os convidados começam a debater o assunto que lhe interessa fazem parte das múltiplas trajetórias de leitura que as ferramentas digitais proporcionam. Comentar nas redes sociais próprias e nas redes sociais de ouvintes do programa configuram ritualidades não atreladas ao rádio ou aos *podcasts*, mas à presença desses programas na internet. Como último exemplo, o hábito de ouvir *podcasts* com a velocidade de reprodução aumentada, o que gerou o termo *podfasters*<sup>11</sup>, entre os ouvintes que querem otimizar o tempo e ouvir muito mais *podcasts*, nos deixam ver que as ritualidades vão além dos esforços pretendidos pelos produtores e abrem espaços para apropriações outras por partes dos ouvintes.

Percebemos também as distintas temporalidades dessa ritualidade, em um contexto local, brasileiro e latino-americano, em que as possibilidades de conexão na internet são muitas vezes limitadas para aqueles que não têm acesso à internet banda larga ou a uso de dados de celulares. Aqueles com acesso a uma rede de dados limitados irão pensar duas vezes antes de ativar o *download* automático de *podcasts* em seus *feeds*. Outros, preferirão fazer o *download* no celular apenas quando estiverem conectados a uma rede *wifi*. Outros, poderão utilizar os sites onde estes *podcasts* estão hospedados para *download* apenas em computadores pessoais ou públicos. O que vemos com os usos da internet atualmente é a ampliação das possibilidades das trajetórias de leitura e múltiplas ritualidades.

### 3.1.2 Tecnicidades

Interesse central da nossa pesquisa, a mediação da tecnicidade é criada por Martín-Barbero como a mediação primeira para pensar a relação entre as tecnologias, os aparatos, com as linguagens, práticas, percepções e novas formas de sentir. Martín-Barbero critica o pensamento instrumental sobre a tecnologia, que encara as “descobertas” tecnológicas como meros acidentes de percurso ou acasos do desenvolvimento humano, como discutido acima. Tecnicidade é tomada na nossa análise como os usos feitos da linguagem sonora e das possibilidades de publicação e interação das redes digitais, no caso dos *podcasts*.

---

<sup>11</sup> Exemplo de matéria sobre o assunto: <<https://www.buzzfeed.com/doree/meet-the-people-who-listen-to-podcasts-at-super-fast-speeds>>. Acesso em 26 jan 2018.

Ao pensar a mediação da tecnicidade, o autor evoca a dimensão social da técnica como constitutiva de qualquer sociedade. A tecnicidade é um lugar de tensão que articula as mudanças tecnológicas com novas formas de ver, ser e sentir. Com a mediação da tecnicidade, Martín-Barbero cria um operador analítico para a rejeição epistemológica de reduzir a comunicação aos meios. "Por meio da noção de tecnicidade é possível entender a técnica como constitutiva, como dimensão imanente de uma visão antropológica da comunicação, (...) não mais como instrumento, mas incrustada na escritura mesma do conhecimento e da vida cotidiana" (LOPES, 2004, p. 11).

Pensar em tecnicidade é fazer um esforço de colocar a palavra "técnica" no mesmo lugar fonético da racionalidade, da socialidade e da identidade. Martín-Barbero afirma que cada cultura, por menor que seja, tem um "sistema técnico" que é o que nomeia a palavra tecnicidade. Pensar a técnica em termos de um sistema nos ajuda a pensar o caráter estrutural que a tecnologia tem hoje na sociedade. "Na sociedade atual a tecnicidade é um sistema cujas dinâmicas globalizadas e globalizadoras produzem ainda diferentes tendências" (MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 25).

Tecnicidade, para Martín-Barbero, é mais do que tecnologia, é um organizador perceptivo, que articula, ou relaciona, na prática cotidiana, a transformação material trazida pelas inovações tecnológicas, ou qualquer outra técnica, com a inovação discursiva resultante deste processo. Mais do que estar interessado em investigar quais são os aparelhos ou inovações tecnológicas, a tecnicidade remete à organização de novas práticas. Essa perspectiva está interessada em quais são as novas competências de linguagem que as novas tecnologias geram. Para Martín-Barbero, Walter Benjamin foi um autor inovador ao se questionar como a reprodutibilidade da arte, relacionada ao surgimento das indústrias culturais, estão conectadas com as inovações da tecnicidade e as transformações do *sensorium* - os modos de percepção e experiência social. É a tecnicidade que conecta as tecnologias às formas de criação de saberes e à constituição das práticas. A tecnicidade é, então, uma forma de organizar esses modos de percepção que são chamados de *sensorium* por Walter Benjamin.

Martín-Barbero inspira-se em Benjamin na tentativa de entender as dinâmicas envolvidas nas transformações sociais que acham expressão nas mudanças de sensibilidades. Mudanças essas que são produzidas pela "dinâmica convergente das novas aspirações da massa e as novas tecnologias de reprodução" (MARTÍN-BARBERO, 1997, p. 74). Interpretando o que Benjamin chamou de perda da aura na obra de arte, Martín-Barbero mostra, em sua "aposta de leitura" de Benjamin, que a possibilidade de reprodução de obras de arte permite uma nova sensibilidade das massas, que tem a ver com a aproximação com as obras e não significa,

necessariamente, mau gosto e falta de crítica, mas o resultado de uma longa transformação social que permite, a partir da fotografia e do cinema, um "outro tipo de existência das coisas e outro modo de acesso a elas" (MARTÍN-BARBERO, 1997, p. 74).

Esse novo sentir do qual fala Benjamin, ou experiência, exige outra percepção, de caráter igualitário, que no cinema se configura como uma série de modificações no "aparelho perceptivo", vivenciadas a partir da existência privada (MARTÍN-BARBERO, 1997, p. 75). As técnicas da fotografia e do cinema violam a distância da experiência sacralizada da arte, em que a dita alta cultura creditava à aura, fazendo possíveis outras experiências e existência das coisas, outros modos de acesso ao mundo. A leitura que Martín-Barbero faz é que a perda da aura na obra de arte, da qual dizia Benjamin, diz respeito a criação de uma percepção da conquista de um "idêntico no mundo", criando uma sensibilidade das massas marcada pela aproximação (MARTÍN-BARBERO, 1997, p. 74).

A partir da mediação da tecnicidade, podemos entender como esses novos modos de sentir e perceber se transformam a partir da transformação também dos aparatos tecnológicos e de suas relações discursivas com a sociedade. Ao pensar o novo *sensorium* inaugurado pela televisão, Martín-Barbero (1998) afirma que a percepção do tempo do *sensorium* audiovisual está marcada pelas experiências de simultaneidade, da instantaneidade e do fluxo. A experiência audiovisual cria novos modos de relação com a realidade a partir de mudanças nas transformações da percepção de espaço e do tempo, gerando uma contemporaneidade que se marca pela exaltação de um presente contínuo e cultuado (MARTÍN-BARBERO, 1998, p. 37).

Para ter condições de interpretar o que no novo *sensorium* é expresso em sensibilidades contemporâneas, nos aproximamos também do conceito de sensibilidade como elaborado por Lawrence Grossberg. Segundo o autor, o que liga uma forma cultural a suas audiências são as relações particulares que unem o contexto cultural específico daquela audiência e o seu consumo, o que ele chama de "sensibilidade". "Uma sensibilidade é uma forma particular de engajamento ou modo de operação" (GROSSBERG, 2001, p. 584, tradução nossa). Grossberg (2001) afirma que as sensibilidades ajudam a entender quais tipos de efeitos são possíveis de serem produzidos dentro de um determinado contexto. "A sensibilidade permite identificar as possíveis relações entre textos e audiências em seus espaços" (GROSSBERG, 2001, p. 584, tradução nossa). A sensibilidade irá interferir em como essas audiências se relacionam através do afeto às formas culturais:

A sensibilidade de um determinado contexto cultural (um "aparato ") define como textos e práticas específicas podem ser apropriadas e experimentadas, como elas são capazes de criar o lugar do público no mundo e que tipo de textos podem ser incorporados no "aparato". Diferentes "aparatos" produzem e realçam diferentes sensibilidades. Isso leva a entender que a vida humana é multidimensional, e que os

textos podem, em contextos diferentes, ter mais poder de se conectar com certas dimensões do que outros (GROSSBERG, 2001, p. 584, tradução nossa).

Para Grossberg, as sensibilidades dominantes da cultura popular contemporânea operam na produção de estruturas de prazer (GROSSBERG, 2001, p. 584). O autor acredita que a popularidade da cultura dos meios de comunicação de massa está fundamentada em uma sensibilidade consumista enfatizada na produção de prazer pelo público (GROSSBERG, 2001, p. 585). Esse sentimento é complexo e pode estar relacionado a diferentes relações, como o prazer de quebrar regras, de se identificar com um personagem, de ter escapado de um acontecimento ruim ocorrido a outra pessoa e a excitação de experimentar uma história ou emoção que não é sua, por exemplo. "Nós nos engajamos com as formas da cultura popular porquê, de alguma forma, elas são prazerosas; elas nos dão algum grau de entretenimento e prazer" (GROSSBERG, 2001, p. 584, tradução nossa).

Para Grossberg, as sensibilidades estão relacionadas ao domínio do afeto, um dos mais difíceis aspectos da nossa existência, pois não é a mesma forma de considerar o sentimento como uma experiência subjetiva. No entendimento de Grossberg, afeto é um domínio socialmente construído de efeitos culturais. Grossberg afirma que nós tendemos a considerar o humor ou o afeto como aspectos subjetivos, imprevisíveis e desorganizados, mas ele defende que o afeto também é organizado. O afeto opera dentro de mapas, ao mesmo tempo, produz mapas que irão direcionar muitos dos nossos investimentos no mundo. Esses mapas servem como guias sobre com o que podemos nos envolver ou como podemos nos identificar no mundo. Nosso investimento acaba criando lugares e eventos que se tornam significativos e podem ajudar a construir a nossa identidade (GROSSBERG, 2001, p. 585).

A questão das sensibilidades não está relacionada apenas aos produtos culturais, mas a todos os processos que configuram nosso investimento no mundo e nas práticas cotidianas. A dimensão do sensível está relacionada a todos os campos da vida, inclusive, da política, âmbito constantemente descrito como resultado da razão. Grossberg desenvolve uma discussão em que a dimensão da política também está relacionada aos aspectos sensíveis e aos corpos. A política, para Grossberg (2010), é constituída na articulação entre corpos, estado e vida cotidiana, em que nenhum desses três vértices definem o que seja política, mas estão articulados na composição de como a vivenciamos. Consideramos que também na política operam sensibilidades que relacionam corpos, estado e vida cotidiana para a definição de nosso lugar no mundo, das lutas que escolhemos travar e daquelas questões que escolhemos ceder.

Segundo Grossberg (2010b), os primeiros movimentos feitos nos estudos culturais sobre o afeto é o que Raymond Williams tentava responder através de seu conceito de estrutura de sentimento e o que Richard Hoggart tentou definir em termos "do que significa estar vivo em um determinado tempo e espaço" (GROSSBERG, 2010b, p. 310, tradução nossa). O conceito de afeto veio para Grossberg como uma necessidade de explorar teoricamente e analiticamente aquilo que Raymond Williams chamou de estrutura de sentimento, numa tentativa de estender a interpretação dos meios de comunicação para além do conceito de ideologia.

A vida cotidiana não é feita simplesmente de relações materiais; é uma estrutura de sentimento, e é aí que eu quero localizar o afeto (...) diz respeito a como nós podemos navegar por essas relações, onde nós podemos investir, onde nós temos que parar e descansar e onde nós podemos prosseguir e fazer novas conexões, o que dá sentido ao que é importante (GROSSBERG, 2010b, p. 312, tradução nossa).

Interpretações sobre as articulações entre afetos, o *sensorium*, sensibilidades e tecnicidades nos fazem entender que esse *sensorium* não ocorre apenas naturalmente, a partir da percepção sensorial e fisiológica, mas historicamente e contextualmente, são aspectos diferentes da dimensão do sensível. O que leva Costa Filho (2017), em seus estudos sobre as tecnicidades, a interpretar que as mudanças de percepção e sensibilidades não acontecem apenas em períodos históricos, mas "em cada grupo social que possui suas próprias relações com o contexto mundial e com o uso das tecnologias" (COSTA FILHO, 2017, p. 107). Para Martín-Barbero, Walter Benjamin nos dá possibilidade de pensar a mediação fundamental que permite pensar historicamente a relação entre as condições de produção com as mudanças na cultura, como articular transformações do *sensorium*, dos modos de percepção e da experiência social. "Pensar a experiência é o modo de alcançar o que irrompe na história com as massas e a técnica" (MARTÍN-BARBERO, 1997, p. 72). Por isso insistimos na relação entre as transformações nas sensibilidades com as transformações nas tecnicidades, o que na relação entre a técnica e a experiência humana nos deixa ver as transformações nas formas de sentir. E essas interpretações estão disponíveis a partir da análise dos modos percepção e do uso das tecnologias.

Muito do trabalho de Martín-Barbero em torno do conceito de tecnicidade e sua relação com sensibilidades é inspirado em Walter Benjamin, que se propunha a pensar as mudanças que configuram a modernidade, a partir do espaço da percepção e das mudanças da técnica e da cidade moderna. Mais do que na arte ou na técnica, a aposta de leitura de Martín-Barbero para a obra de Benjamin é sua ênfase no "modo como se produzem as transformações na experiência e não só na estética" (MARTÍN-BARBERO, 1997, p. 74). Essas transformações

sociais são expressas nessas mudanças de sensibilidades. No caso do momento cultural e social do qual Benjamin se refere, as novas sensibilidades das massas eram expressas a partir da necessidade de aproximação, materializadas pela fotografia e pelo cinema. Martín-Barbero tenta fazer o mesmo exercício analítico com desenvolvimentos tecnológicos outros, tentando não considerar a tecnologia como o motor da história, mas tentar interpretar como as necessidades sociais são expressas pelos usos desses aparatos e como essas linguagens deixam ver modos de percepção.

O que Martín-Barbero chama de "território-cidade" é onde se configuram os novos cenários de comunicação em que emerge um novo *sensorium*. Esse *sensorium* seria configurado através de dois dispositivos: "a fragmentação - não só dos relatos, mas da experiência, da desagregação social - e o fluxo: o ininterrupto fluxo das imagens na multiplicidade de telas - de trabalho e ócio - enlaçadas" (MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 36-37). A fragmentação é tida como um *sensorium* que se desenvolve a partir dos fluxos televisivos, iniciado, por sua vez, a partir de um *sensorium* da dispersão da montagem cinematográfica. Uma ruptura da ordem linear que conecta a estrutura do "mundo urbano com a do texto eletrônico e do hipertexto" (MARTÍN-BARBERO, 2006b, p. 75). Já o computador inaugura também um tipo de textualidade que se desdobra em uma multiplicidade de suportes e escritas, essencialmente multimídias, e que no momento em que Martín-Barbero escreve está atrelada a uma "complexa e crescente cumplicidade entre a oralidade e a visualidade dos mais jovens" (MARTÍN-BARBERO, 2006b, p. 74). O novo *sensorium* estaria conectado ao tempo dos jovens, que aqui nós consideramos não como diferenças entre gerações governadas pela idade ou ano de nascimento, mas pela própria configuração e importância do conceito de juventude na nossa sociedade e sua imbricação com os usos das tecnologias, atreladas a questões de identidade que estarão cada vez mais presentes no trabalho de Martín-Barbero.

Para compreender as complexidades dessas relações nos *podcasts* analisados nessa dissertação, investimos na interpretação da articulação entre tecnicidades e sensibilidades. A partir da leitura de Walter Benjamin, Martín-Barbero desenvolve, posteriormente em sua obra, a relação entre os modos de perceber e sentir, configurados a partir da mediação da tecnicidade. As tecnicidades seriam o que nas linguagens nós conseguimos ver de expressões de necessidades sociais, de transformações nas sensibilidades. Tecnicidade, como vimos, é uma mediação importante no trabalho de Martín-Barbero, que aqui utilizaremos de forma articulada tanto no Mapa das Mediações quanto no Mapa das Mutações.

### 3.1.3 Mapa das Mutações: transformações no tempo e no espaço

O conceito de tecnicidade foi ganhando mais importância no trabalho de Martín-Barbero a partir do prefácio da edição de *Dos Meios às Mediações* que apresentou o Mapa das Mediações. Essa ênfase deve-se a conclusão do autor de que são a revitalização das identidades e a revolução das tecnicidades que estão transformando radicalmente o lugar da cultura em nossas sociedades, pois a tecnologia não está atrelada apenas aos aparelhos tecnológicos e novidades do mercado, mas remete a novos modos de percepção e de linguagem, a novas sensibilidades e escritas (MARTÍN-BARBERO, 2006b, p. 54).

[...] o que a revolução tecnológica introduz em nossas sociedades não é tanto uma quantidade inusitada de novas máquinas, mas, sim, **um novo modo de relação entre os processos simbólicos** — que constituem o cultural — **e as formas de produção distribuição dos bens e serviços**: um novo modo de produzir, confusamente associado a um novo modo de comunicar, transforma o conhecimento numa força produtiva direta (MARTÍN-BARBERO, 2006b, p. 54, grifo nosso).

Os novos modos de produção e circulação de saberes e de novas escritas são criados a partir das novas tecnicidades, especialmente aquelas relacionadas aos computadores e à internet. O acesso aos computadores inaugura um novo tipo de tecnicidade que remete a novos saberes e novas figuras de razão (MARTÍN-BARBERO, 2006b, p. 57) e possibilita o processamento de informações cuja matéria prima são abstrações e símbolos (MARTÍN-BARBERO, 2006b, p. 73). Para o autor, a hiper-realidade e a descontinuidade são os hábitos perceptivos dominantes da atualidade.

As mudanças no âmbito da tecnicidade e da identidade estão reclamando imperiosamente que se pense as mediações comunicativas da cultura, um novo mapa que dê conta da complexidade nas relações constitutivas da comunicação na cultura, pois as mídias passaram a constituir um espaço-chave de condensação e interseção da produção e do consumo cultural, ao mesmo tempo em que catalisam hoje algumas das mais intensas redes de poder (MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 229).

Esse novo mapa de que fala Martín-Barbero é elaborado para analisar as mutações culturais. As mediações passam a ser vistas como transformações no tempo e no espaço a partir dos eixos “migrações populacionais” e “fluxos de imagens”. Os pontos do mapa se transformam em Tempos e Espaços e Migrações e Fluxos. E as mediações identidade, tecnicidade, ritualidade e cognitividade. As mediações que ele considera mais "tradicionais", como a institucionalidade e a socialidade saem do novo mapa para dar lugar à identidade e à transformação.

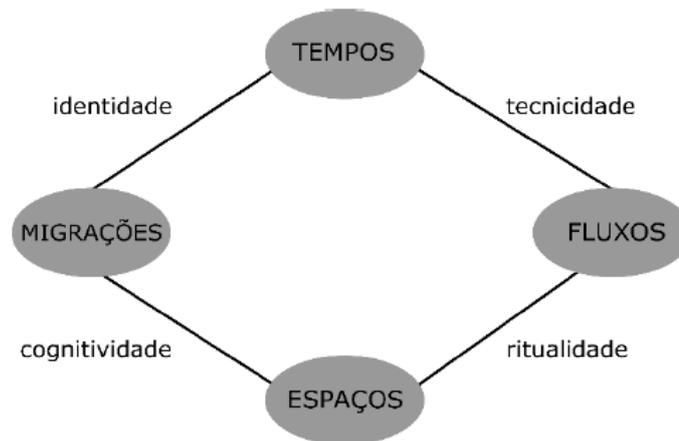


Figura 2 Mapa das Mutações, de Jesús Martín-Barbero (2009b). Ilustração de Edinaldo Mota Júnior (2016).

Martín-Barbero defende que vivemos um momento em que as principais mediações passam a ser transformação do tempo e a transformação do espaço a partir de dois grandes eixos, ou seja, migrações populacionais e fluxos de imagens (MARTÍN-BARBERO, 2009b, s.p.). De um lado, teríamos as migrações de populações como jamais vimos antes e, de outro, os fluxos virtuais, facilitados pelo aumento do acesso às redes de informação e de comunicação. “Os fluxos de imagens, a informação, vão de norte a sul, as migrações vão do sul ao norte” (MARTÍN-BARBERO, 2009b, s.p.). Os fluxos virtuais são aqui pensados conjuntamente com as migrações (GOMES et al., 2017, p. 8). Por nossa interpretação, podemos considerar que essas migrações e fluxos não são apenas físicos, mas se configuram também a partir da troca de informações que constantemente é possível através da internet.

É a partir desse movimento entre tempos, espaços, migrações e fluxos que o autor posiciona as novas mediações e reconfigura antigas. Nesse novo mapa, Martín-Barbero descreve duas mediações que ele considera fundamentais no cenário atual: a mediação da identidade e da tecnicidade, deixando de lado as mediações da socialidade e institucionalidade que estavam no Mapa das Mediações. A tecnicidade está entre os tempos e os fluxos. Em articulação com o Mapa das Mediações, em que a tecnicidade estava imbricada pelos formatos industriais e constitui os modos de fazer e perceber, vemos que agora a tecnicidade é perpassada e constituída pelos fluxos do mapa das mutações (GOMES et al., 2017, p.9).

O Mapa das Mutações soma-se aos esforços do Mapa das Mediações pois adiciona ênfase nas transformações e nos desafios interpretativos que o mundo conectado e globalizado nos traz. Martín-Barbero cita o filósofo basco Javier Echeverría, quando diz que o ser humano habitou no início de sua história apenas um entorno natural, ao que passou a conviver posteriormente com a cidade, lugar primeiro das instituições políticas e culturais, ligado às

instituições da família, do trabalho, das religiões, da política e um entorno urbano, em que todas as instituições são tão importantes quanto o entorno natural (MARTÍN-BARBERO, 2009b, s.p.). A importância da comunicação e das tecnologias faz com que Martín-Barbero considere que vivamos em um novo entorno, dessa vez, tecnocomunicativo. "Já não se trata de mais um aparelho ou mais um meio, mas de todo um entorno" (MARTÍN-BARBERO, 2009b, s.p.). O entorno tecnocomunicativo é importante de ser considerado, porque os *podcasts*, assim como outros formatos comunicacionais, não estão separados desse contexto midiático, não são outra coisa, são parte. O entorno comunicativo condensa linguagens, escrituras e gramáticas novas em que as tecnologias da comunicação se transformam em um instrumento essencial desse ecossistema cultural (MARTÍN-BARBERO, 2009a, p. 159). Constituindo, assim, um adensamento da importância da tecnicidade.

As tecnologias de comunicação transformaram a economia do tempo, que opera em um movimento de contradições: de um lado, a aceleração das mudanças permite a instantaneidade da informação, multiplicando as relações possíveis, mas também configura a um sentido de atualidade que desvaloriza qualquer outro tempo que não seja o agora (MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 200). A temporalidade moderna está voltada para o futuro, o peso e a dinâmica da história nos empurram para o amanhã, para o progresso, em detrimento do passado (MARTÍN-BARBERO, 2008, p. 210). A elaboração da temporalidade social da televisão, de que Martín-Barbero falava em *Dos meios às mediações*, que marcava o tempo do cotidiano e da repetição está cada dia mais pulverizada. O que ocorreu foi uma liberação do tempo, dessa marcação feita pela televisão e pelo rádio, que gerou uma transformação radical do tempo, principalmente do tempo de trabalho, agora sem fim, configurando novas tecnicidades (MARTÍN-BARBERO, 2009b, s.p.). A mediação da tecnicidade tendo como pano de fundo a globalização, considerada como "enlace universal do global", gera novas perguntas e aponta um novo estatuto social da técnica (MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 236).

A mediação da identidade, colocada entre migrações e os tempos, é aproximada da tecnicidade. O fato do autor colocar a identidade entre as migrações e os tempos favorece a nossa compreensão de considerar as migrações como deslocamentos que ocorrem para além dos espaços físicos, de acordo com Gomes e coautores (2017, p. 8):

As nossas identidades hoje são construídas, por um lado, na relação que estabelecemos com outras formas de organização e disposição do tempo, nessa partilha configuradora de um nicho, (...), por outro, nos deslocamentos que fazemos ao participar de coletivos, comunidades na internet e construção de avatares (GOMES et al., 2017, p. 8-9).

A atenção do autor a questões de identidade é justificada com o que ele considera ser uma profunda transformação subjetiva na sociedade contemporânea. Com os fluxos comunicacionais e de imagens, Martín-Barbero considera que é cada vez mais comum que pessoas, principalmente os adolescentes, criem, através das tecnologias, identidades próprias, personagens de si mesmo em ambientes online, gerando transformações na identidade cultural (MARTÍN-BARBERO, 2009b, s.p.). A identidade é a expressão daquilo que dá sentido e valor à vida do indivíduo. A configuração das identidades culturais está sofrendo uma transformação que opera através da experimentação do próprio eu (MARTÍN-BARBERO, 2009b, s.p.). “As mídias e as redes eletrônicas estão se constituindo em mediadores da trama de imaginários que configura a identidade das cidades e das regiões, do espaço local com do bairro, veiculando, assim, a multiculturalidade que faz extrapolar os referentes tradicionais da identidade” (MARTÍN-BARBERO, 2006b, p. 69).

A mediação da ritualidade, por sua vez, se refere a relação entre fluxos e espaços. Os espaços são problematizados e não se referem apenas mais a espaços físicos, mas à uma articulação entre territórios e espaços virtuais (GOMES et al., 2017, p. 9). A espacialidade é múltipla, segundo Lopes (2014, p. 73): se refere ao espaço do território, sim, mas também ao espaço comunicacional proporcionado pelas redes digitais. Espaços esses que também são compostos pela presença dos fluxos e imagens e informações que os compõe. Ainda em *Ofícios de Cartógrafo* (2004), Martín-Barbero observava que o campo da comunicação estava configurado em transformações em questões de tempo e espaço motivadas pela globalização, que nos impulsiona a não pensar mais em globalização como uma extensão das nações, mas como uma significação histórica. “Aí estão as redes pondo em circulação, ao mesmo tempo, fluxos de informação que são movimentos de integração à globalidade tecnoeconômica, mas também o tecido dum novo tipo de espaço reticulado que transforma e ativa os sentidos do comunicar” (MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 36-37).

O que o autor consegue enxergar de mais proeminente nesse sentido é que os processos de modernização urbana e os fluxos e fragmentações das conexões e redes de comunicação constroem novos modos de estar junto em novos espaços, tidos para o autor como cidades virtuais. As cidades virtuais, nesse sentido, são apenas metáforas e uma alusão aos modos de conexão ligados à língua e ao território. Para o autor, os meios de comunicação e os aparatos tecnológicos se transformaram em mediadores dos imaginários que configuram as identidades, extrapolando aquelas que eram consideradas as referências tradicionais para a conformação das identidades:

Até pouco tempo, falar de identidade era falar de raízes, isto é, de costumes e território, de tempo longo e de memória simbolicamente densa. Disso e somente disso estava feita a identidade. Mas falar de identidade hoje implica também - se não quisermos condená-la ao limbo de uma tradição desconectada das mutações perceptivas e expressivas do presente - falar de migrações e mobilidades, de redes e de fluxos, de instantaneidade e fluidez (MARTÍN-BARBERO, 2006b, p. 54).

Ao invés de comunidades linguísticas e nacionais os novos fluxos produzem "comunidades hermenêuticas que respondem a novos modos de perceber e narrar a identidade" (MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 208). Comunidades e identidades que também operam através das transformações do tempo, porque existem a partir de temporalidades menos longas e mais flexíveis. O rock é o exemplo utilizado por Martín-Barbero para uma comunidade hermenêutica, mas, através da nossa análise, podemos fazer essa mesma aproximação com as comunidades reunidas a partir de sensibilidades atreladas às identidades que observamos.

Como trajetória de leitura específica das redes e fluxos comunicacionais – as ritualidades atuais – hoje opera mais do que nunca o que Martín-Barbero entende como o "encontro do palimpsesto com o hipertexto":

Entendendo por palimpsesto esse texto no qual um passado apagado emerge tenazmente, ainda apagado, nas entrelinhas que escrevem o presente; e por hipertexto uma escrita não sequencial, senão montagem de conexões em redes que, ao permitir/exigir uma multiplicidade de percursos, transforma a leitura em escrita (MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 350).

É do hipertexto que se configuram as novas cognitividades, última mediação do Mapa das Mutações, destacando que as produções de sentido na atualidade se dão a partir das relações hipertextuais e do deslocamento dos saberes. Martín-Barbero enfatiza que a mediação tecnológica opera uma transformação na produção do saber, que ele considera uma das maiores transformações possíveis em uma sociedade. Esse deslocamento dos saberes modifica as condições do saber e borra as fronteiras entre razão e imaginação, saber e informação, natureza e artifício, arte e ciência, saber perito e experiência profana (MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 35).

A imaginação não é mais um poder dos poetas e dos artistas. As pessoas comuns sobrevivem física e culturalmente graças à criatividade, à imaginação. Então, visto às novas tecnologias enquanto permitem uma apropriação que, por sua vez, permitem a hibridação, a mestiçagem das culturas cotidianas da maioria com o que era a cultura da pequena elite que tinha a escritura (MARTÍN-BARBERO, 2009b, s.p).

Ao utilizar o Mapa das Mediações como aporte metodológico, Jesus Martín-Barbero pretendia configurar um modelo de análise que permitiria olhar a totalidade do processo cultural (GOMES, 2011a, p. 111), após o reconhecimento de que a comunicação está mediando cada

vez mais áreas da sociedade. O Mapa das Mutações é utilizado em nosso trabalho para entender os processos de transformações culturais contemporâneas a partir das migrações e fluxos e suas relações com o tempo e o espaço, para entender o entorno tecnocomunicativo do qual os *podcasts* fazem parte. O uso dos dois mapas em conjunto permite, então, articular historicidades e contextos para análises de produtos e processos comunicacionais (GOMES et al., 2017, p. 5). O Mapa das Mediações, como vimos, nos ajuda a recuperar as historicidades dos *podcasts* através da análise de uma conjuntura histórica e contextual. O Mapa das Mutações nos ajuda a interpretar quais são as transformações das sensibilidades que percebemos a partir dos *podcasts* analisados dentro do nosso entorno tecnocomunicativo.

Considerando que o consumo dos meios de comunicação se faz na prática do dia a dia daqueles que os consomem, a partir de uma perspectiva dos estudos culturais, nosso esforço foi pensar em como a mediação da tecnicidade se relaciona com os *podcasts* contemporâneos e às transformações das sensibilidades contemporâneas, mediadas pelas tecnologias. Acompanhamos Martín-Barbero em sua trajetória marcada, num primeiro momento, pela defesa da mediação da cultura popular no consumo de produtos e no seu esforço de continuar interpretando e desvendando as novas mediações, das matrizes culturais da comunicação para as matrizes comunicativas da cultura (MARTÍN-BARBERO, 2009b, s.p.). Esse esforço para olhar o que há de cultura na comunicação e o que há de matrizes comunicativas na cultura nos levou a escolher a articulação do Mapa das Mediações com o Mapa das Mutações.

Fizemos a leitura dos dois mapas em articulação. Nosso aporte teórico-metodológico parte da interpretação de autoras como Itania Gomes (2011a) e Juliana Gutmann (2014) para quem o estudo das mediações e, no nosso caso, o foco nas tecnicidades, é feito através de uma análise dos produtos culturais. As autoras aos quais nos filiamos sustentam “que a mediação pode ser apropriada como um lugar a ser visto na obra, como um território cujas diversas instâncias comunicativas e contextuais são materializadas nos produtos da cultura contemporânea” (GUTMANN, 2014, l. 4240). Dessa forma, a partir das mediações que compõem os mapas, buscamos nas obras pistas que nos deixem ver as historicidades das tecnicidades e suas relações com as sensibilidades, as novas formas de sentir do contexto em que estão inseridas. É a própria obra analisada que nos dá pistas, por exemplo, de como matrizes culturais são acionadas, o que nos faz perceber o movimento histórico contínuo da linguagem sonora, ou como aciona tecnicidades articuladas nos *podcasts* e que também podem estar conectadas a novas formas de ouvir e sentir.

Para compreender as historicidades das tecnicidades e sensibilidades também recorreremos ao conceito de estrutura de sentimento como um elemento que pode nos ajudar a

pensar o que é dominante, o que é residual e o que pode ser o novo na relação entre tecnicidades e sensibilidades. Os conceitos de estrutura de sentimento e de sensibilidades, aproximados com a questão de Martín-Barbero sobre as novas formas de sentir, nos dão acesso à dimensão da estrutura, nos termos de Williams, e, nos termos de Grossberg, nos permitem fazer melhores perguntas para a missão de decifrar quais são os regimes de discursos que constituem as formas como nós vivemos nossa vida cotidiana (GROSSBERG, 2010b, p. 314).

Assim como na relação entre os dois mapas de Martín-Barbero, o que o conceito de estrutura de sentimento traz é a relação dialógica entre estrutura e agência, entre contexto e os processos de produção de sentido e as mudanças sociais. Com esse termo, estrutura de sentimento quer dar conta de algo tão firme e definido quanto sugere a palavra "estrutura", mas sem deixar de lado o que dá a entender a palavra "sentimento": quais são os significados e valores que são vividos e sentidos sem deixar de considerar as relações com as estruturas. Williams argumenta que estrutura de sentimento considera o que é sistemático e o que é variável (GOMES, 2011b, p. 39).

Acompanhamos o entendimento de Williams de que mudanças em convenções artísticas estão relacionadas a mudanças na estrutura de sentimento de uma dada sociedade, em relação com as transformações nas formas de sentir. Como hipótese cultural, estrutura de sentimento é articulada às noções de dominante, residual e emergente, capazes de nos ajudar a entender a relação entre os diferentes elementos de um modo de vida e descrever “os elementos de diferentes temporalidades e origens que configuram qualquer processo cultural” (GOMES, 2011a, p. 118). O dominante é aquele definido como o hegemônico, mas sempre em articulação com o residual e o emergente, pois o hegemônico será sempre referencial. Em contraposição com o arcaico, o residual será aquilo que do passado permanece atuante no presente.

É nesse sentido que Williams afirma que o analista precisa considerar as diversas temporalidades sociais em qualquer análise da cultura e estar atento a certo senso de movimento, de processo histórico, de conexões com o futuro e o passado, de articulações complexas entre esses elementos dominantes e os residuais e emergentes (GOMES, 2011b, p. 44).

Martín-Barbero recorre a Williams motivado por sua preocupação em investigar os processos de constituição do massivo a partir das transformações da cultura popular (GOMES, 2004, p. 205), nos aspectos que ajudam a tratar da complexa dinâmica dos processos culturais contemporâneos e a diferentes temporalidades que convivem nos produtos da cultura. O conceito de estrutura de sentimento nos permite investigar as historicidades dos processos comunicacionais dos *podcasts* analisados, nos dando ferramentas para ver o que há de residual,

dominante, novo e emergente, evidenciando o caráter de distintas temporalidades que convivem em cada produto comunicacional.

O conceito de tecnicidade de Martín-Barbero demonstrou neste trabalho ser uma ferramenta teórico-metodológica útil para relacionar os aspectos materiais das tecnologias com suas dimensões de uso cotidiano, das formas discursivas e das formas de sentir. A partir disso, nos perguntamos, quais são as novas práticas que são organizadas a partir dos aparelhos móveis aliados ao consumo de *podcasts*? E quais são as competências de linguagem que elas atualizam, ou se, até mesmo, geram novas competências de linguagem. Percebemos que as tecnicidades estão articuladas a discursos sobre mudanças tecnológicas, transformações em meios tradicionais como o rádio, e relações com grupos sociais que têm a tecnologia como conformadoras de suas identidades.

As sensibilidades articuladas a *podcasts* vão muito além do áudio e têm a ver com visualidades e formas de sentir de um entorno tecnocomunicativo compartilhado, em uma experiência que é sonora, mas também visual e tátil, com a predominância da utilização dos *smartphones* para o consumo de *podcasts*. Nesse entorno comunicativo, em que os fluxos de informação transmitem uma diversidade de imagens, os gêneros precisam ser reinventados. A interface entre gêneros, formatos e meios de comunicação com a internet desestabilizam os discursos de cada meio e criam o que Martín-Barbero chamou de "formas mestiças da comunicação" (MARTÍN-BARBERO, 2009b, s.p.).

Em *Exercícios do ver* (2004), Martín-Barbero e Rey já mostravam como a televisão faz parte das identidades coletivas, identidades essas que seriam um “lugar onde se trava a estratégica batalha cultural do nosso tempo”, afirmando o lugar estratégico que a televisão ocupa nas dinâmicas da cultura cotidiana das majorias, na transformação das sensibilidades, nos modos de construir imaginários e identidades (MARTÍN-BARBERO; REY, 2004 p. 26). A ideia de uma batalha cultural como um lugar estratégico para as disputas identitárias do nosso tempo é ainda mais expressiva hoje em um contexto que muitos autores chamam de "convergência midiática", e que preferimos aproximar a ideia de "lutas intermédias" (JOST, 2011, p. 94). Dinheiro e tempo são recursos limitados e as diversas mídias (televisão, rádio, impressos, internet), mais do que estarem em um mesmo lugar, disputam discursos e sentidos. Quando alguém prioriza um meio, deixa de lado outros. Essa preferência se dá por meio do que Grossberg chama de investimento afetivo, e acaba sendo parte da própria identidade dos indivíduos. Entendemos, desse modo, que o investimento afetivo em um determinado *podcast* em detrimento de outros, ou de outras mídias, direciona o nosso olhar para interpretar a adesão

a identidades e sensibilidades em disputa no mundo contemporâneo, identidades essas relacionadas a uma cultura da conectividade, do compartilhamento e da inovação como valor.

O Mapa das Mutações reafirma ainda mais a intenção de Martín-Barbero de pensar a comunicação não como meios, mas como interação. Para encontrar uma identidade da comunicação nos dias atuais é preciso pensar a "intermedialidade", um conceito que pensa a mestiçagem das linguagens e dos meios, algo que para o autor vai além da intertextualidade, é uma “contaminação entre sonoridades, textualidades, visualidades, as matérias-primas dos gêneros. [...]. É dizer que, cada vez mais, o rádio é cada vez menos somente rádio; (...) os gêneros estão sendo reinventados à luz da interface da televisão com a internet” (MARTÍN-BARBERO, 2009a, p. 153-154).

Em termos de *sensorium*, o que nós investimos como conclusão da nossa investigação teórica-metodológica, é que as redes sociais, os *smartphones* e as redes de informação na qual estão inseridos os *podcasts* aqui analisados fazem parte de um modo cada dia mais fragmentado de perceber e experimentar a vida. Nesse contexto, as tecnicidades, ou seja, os modos em que os programas expressam, através de suas linguagens, os discursos sobre a técnica e as formas de ver, perceber e sentir, são articuladas a partir da dispersão e do desenraizamento. As múltiplas ritualidades mostram como esses trajetos de leitura estão cada vez mais fragmentados pelo hipertexto e constroem marcas que se transformam em escrituras: em identidades, em formas de pertencer ao mundo, em dar significância ao que somos.

Embora pareça que essas formas de escrita se deem em um ambiente livre e de infinitas trajetórias de escrita, percebemos como essas mesmas tecnicidades estão articuladas a sensibilidades e, por isso, são organizadas por mapas de importância institucionalizados na sociedade (como a velha definição de identidade pelo consumo), pela adequação da linguagem a gêneros já consolidados, e dimensões políticas que serão melhor tratadas no capítulo de análise. Ao mesmo tempo, enquanto os percursos de leitura podem nos levar a trajetórias que sejam de setores e sensibilidades contra-hegemônicas da sociedade, como o movimento de mulheres contra a sociedade patriarcal, as demandas por visibilidade dos negros e a construção de uma outra sociedade pensada a partir de valores de embate ao capitalismo, em termos de linguagens, percebemos a repetição de velhas formas atreladas a gêneros consolidados no rádio.

São essas as ambiguidades que tentamos abarcar quando fizemos as escolhas teóricas, metodológicas e de *corpus* do trabalho, que será analisado a seguir. Longe de buscar nas análises dos produtos definições de cada um dos aspectos dos Mapas ou de identificar marcações de cada uma das mediações que descrevemos, partimos das obras analisadas para buscar a conexão com as nossas escolhas teóricas e epistemológicas.

## 4. ANÁLISES: ARTICULAÇÕES ENTRE SENSIBILIDADES E TECNICIDADES

### 4.1 *NerdCast*: conectividade, tecnologia e consumo cultural como identidade

O *NerdCast* é um *podcast* lançado em 2006 por Deive Pazos e Alexandre Ottoni como parte do *Jovem Nerd*. Criado em 2002, o *Jovem Nerd*, por sua vez, era um blog que se dedicava a notícias e comentários sobre cinema, quadrinhos, RPG e videogames, englobando uma série de temas que os criadores consideravam relevantes para os interesses daqueles que se identificam com a identidade *nerd*. Atualmente, o *Jovem Nerd* é um portal de entretenimento que engloba um site de notícias, um canal no YouTube e o *NerdCast* como produtos comunicacionais, além de uma editora, a *Nerdbooks*, e uma loja que comercializa produtos relacionados aos assuntos discutidos no site, como camisetas temáticas, jogos de tabuleiros, bonecos colecionáveis e objetos de decoração.

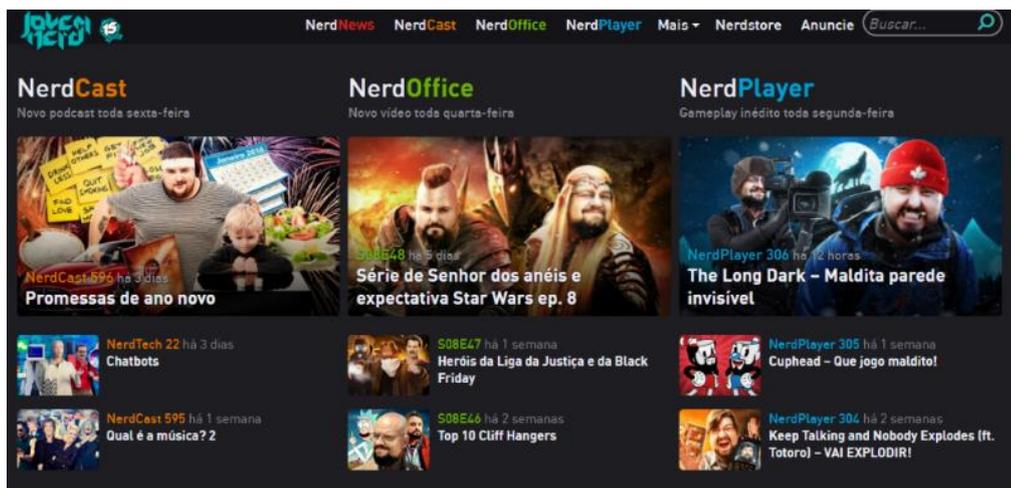


Figura 3: Captura de tela da homepage do Jovem Nerd. Acesso em: dez. 2017.

Segundo os criadores, o *Jovem Nerd* começou com o desejo de falar sobre o lançamento de um filme específico, *Star Wars Episódio II – O Ataque dos Clones*, como um *hobby*, em que a vontade era expressar gostos pessoais e dar vazão à própria criatividade. Com a popularidade crescente, o site se transformou em uma empresa, a partir do momento em que a página foi convidada a integrar o conteúdo direcionado para jovens do portal *iG*. Atualmente, o *Jovem Nerd* lança 12 edições por semana dos seus produtos audiovisuais, três deles apresentados por Deive Pazos e Alexandre Ottoni – o *NerdPlayer*, em que os dois jogam e comentam

lançamentos de videogames no YouTube, o *Nerd Office*, um programa no YouTube que fala sobre o dia a dia dos produtores, e o *podcast NerdCast*, lançado às sextas-feiras. O atual slogan do *Jovem Nerd* é “O mundo pop vira piada no *Jovem Nerd*”, evidenciando o caráter humorístico que os apresentadores imprimem em seus vídeos e no *podcast*.

A ampliação do conteúdo oferecido pelo *Jovem Nerd*, além de se configurar como uma estratégia comercial que avalia as tendências de consumo para oferecê-las aos seus seguidores, também se relaciona com as formas de sentir articuladas no site. A adesão a novos formatos e novas tecnologias é definidora do “sujeito *nerd*” ao qual o site se identifica e se direciona. Por exemplo, a criação do blog *Jovem Nerd*, em 2002, é descrita por Alexandre Ottoni, aquele que encarna o personagem “Jovem Nerd”, como a adesão a uma tendência da época. Os blogs eram usados primeiramente como diários virtuais e espaços de expressão pessoal, um artefato cultural utilizado para a personalização e expressão de identidades (AMARAL et al., 2009, p. 5). “Ele nasceu como exploração de tendências e foi natural para a gente absorver as novas tendências” (OTTONI, 2017). O canal do YouTube foi incorporado como parte do *Jovem Nerd* em 2010. Entre 2012 e 2014, o *Jovem Nerd* também abrigava uma rede social própria, um fórum de discussão chamado *SkyNerd*, cancelada em razão do baixo número de usuários e da popularização do *Facebook* como a principal rede social utilizada no Brasil e no mundo.

Da mesma forma, a criação do *podcast* em 2006 faz parte da adesão a uma tecnologia que, mesmo não sendo nova, se tornou acessível apenas em um determinado momento, quando foi possível para a realidade técnica da internet brasileira fazer *downloads* mais rápidos de áudio, em formato MP3. O *NerdCast* nasceu com o nome de *Nerd Connection*, em uma alusão ao programa televisivo *Manhattan Connection*, por causa da presença de convidados de diversas partes do Brasil conectados via Skype. O início do *podcast* é descrito pelos produtores no episódio *NerdCast 440 - Making of Podcasts* como um produto “tosco”, amador, com defeitos de edição, feito pelos próprios produtores.

O *NerdCast* é considerado um pioneiro e referência na sua área. Além de representar a maior audiência entre os *podcasts*, com uma média de 1 milhão de *downloads* por episódio, o *NerdCast* é reconhecido por consolidar o próprio formato de *podcast* independente no Brasil, configurado como uma mesa de bate-papo, uma conversa de bar com amigos, com forte presença do humor, o que transformou os seus produtores em empresários reconhecidos por outros *podcasters*, se transformando em ídolos, não só dos seus ouvintes e leitores, mas também de outros produtores. A audiência e o prestígio fazem do *NerdCast* o mais representativo em termos de retorno financeiro. Entre os anunciantes do *NerdCast* estão a Coca-Cola, o Governo Federal e a Microsoft, para citar alguns exemplos. Apesar do site, do canal no YouTube e da

loja, o *NerdCast* é considerado pelos produtores como o produto mais lucrativo do *Jovem Nerd* (JOVEM NERD, 2017).

Com mais de 600 episódios disponíveis, o *NerdCast* é descrito como um *podcast* em que história, ciência, cinema, quadrinhos, literatura, tecnologia, games, RPG, “tudo o um nerd gosta” (JOVEM NERD, 2017), são discutidos em uma conversa informal e divertida, a “roda das discussões mais *nerds* da internet” (JOVEM NERD, 2017). Além do *NerdCast* de todas as sextas-feiras, há edições extras focadas em tecnologia, com o *NerdTech*, e sobre empreendedorismo, com o *Nerdcast Empreendedor*. Com o mesmo formato e edições similares, esses dois *podcasts* extras são criados a partir de um único patrocinador. No caso do *NerdTech*, os episódios são patrocinados pela plataforma educacional Alura, e os programas do *NerdCast Empreendedor* pelo site de empreendedorismo MeuSucesso.com.

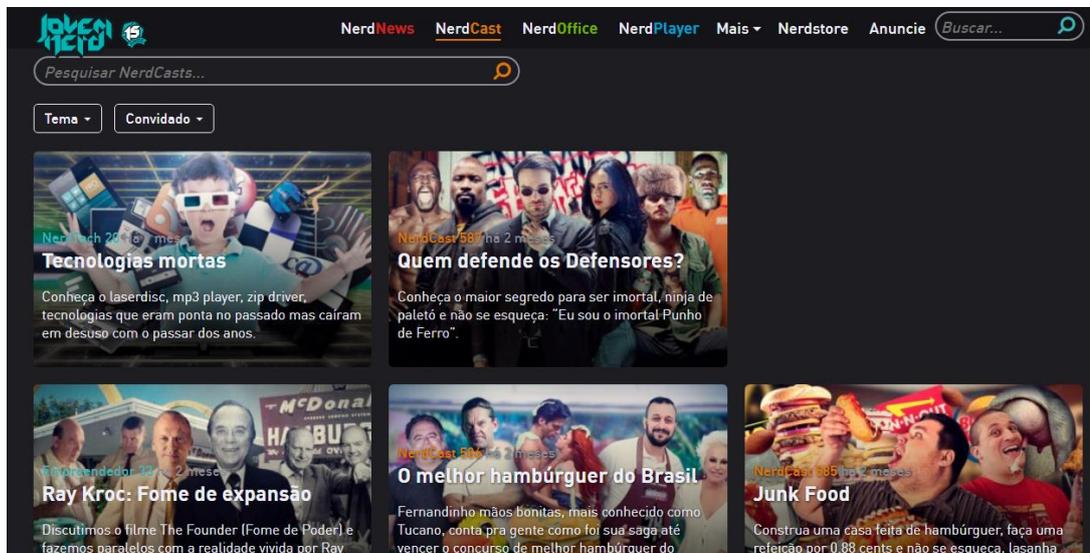


Figura 4: Captura de tela da seção “NerdCast”, no site do Jovem Nerd. Acesso em: dez. 2017.

Para esta análise, que pretende interpretar as historicidades das tecnicidades e as sensibilidades articuladas ao *NerdCast*, devido ao grande número de episódios disponíveis, fizemos um recorte baseado em classificações feitas pelos produtores e pelos ouvintes. Escolhemos um episódio de cada tema em destaque na página do *NerdCast*: *Senhor dos Anéis*, *Time de Elite*, *Tecnologias do Futuro*, *Star Wars* e *Cotidiano*. Devido ao grande número de *podcasts*, o site investe em um sistema de classificação que agrupa as edições a partir das temáticas e dos convidados<sup>12</sup>. Outro movimento feito foi a escolha de programas que estavam na lista dos mais escutados no episódio *NerdCast 550: Melhor de 550 Nerdcasts!*, que compila

<sup>12</sup> Essa classificação é modificável e estava no ar entre novembro e dezembro de 2017.

os melhores momentos escolhidos pelos ouvintes. Entre os mais escutados, estão episódios sobre duas das séries mais vistas entre os anos de 2015 e 2017: os episódios *NerdCast 533 Stranger Things: O sucesso do passado* e *NerdCast 523 - Game of Thrones: VINGANÇA!*. Entre os mais escutados também estão os episódios especiais sobre RPG<sup>13</sup>, também considerados formatos que configuram inovações na linguagem do *NerdCast*, assim como o áudio drama *NerdCast 342: T-Zombii: A Gravação dos Mortos*, produzido em 2012. Para nos ajudar a avaliar os discursos dos produtores sobre o próprio programa também analisamos os episódios *NerdCast 143: Nerds, Geeks e Freaks* e *NerdCast 440 - Making of Podcasts*, totalizando uma análise de 15 episódios.

#### 4.1.1 #NerdPower: o que é ser um *nerd* que escuta o *NerdCast*

O *NerdCast* como um arquivo de áudio que pode ser baixado ou escutado por *streaming* em um computador, no site do *Jovem Nerd*, ou reproduzido através de programas agregadores de *podcasts*, como o iTunes e o SoundCloud, configura-se como uma forma e guia a nossa análise pela mediação da tecnicidade. O sentido de tecnicidade não se refere apenas aos aparatos tecnológicos – o smartphone, o computador, os fones de ouvido -, mas pelos modos de uso, pelas formas expressivas das tecnologias (GOMES *et al.*, 2018). O *podcast*, através de sua forma, um programa de áudio que tem uma periodicidade, nos remete às historicidades da mídia sonora, que também dizem respeito a matrizes culturais do rádio. Ao mesmo tempo, suas tecnicidades o inscrevem em um entorno tecnocomunicativo que abre perguntas sobre as transformações na cultura e na comunicação. Lançamos mão, então, do entrelaçamento do Mapa das Mediações e do Mapa das Mutações para a análise do *NerdCast*.

Para Martín-Barbero, no Mapa das Mutações, a identidade se aproxima da tecnicidade. O que configura as identidades, o sentimento de aproximação e rejeição, tem sido mediado pelas redes e fluxos globais e pelo entorno tecnocomunicativo (GOMES *et al.*, 2018). No caso do *NerdCast*, a escolha do nome do programa, uma combinação de *nerd* com *podcast*, e o site em que ele foi originado, o *Jovem Nerd*, já o inserem em uma tentativa de convocação de uma identidade *nerd* e jovem. Ao longo da análise, nos perguntamos como essas sensibilidades são expressas através das linguagens que deixam ver a mediação das tecnicidades no *NerdCast*.

---

<sup>13</sup> Role-playing game, ou RPG, é um jogo em que os participantes assumem personagens e criam narrativas a partir de um tema pré-estabelecido com a ajuda de cartas, dados, e demais materiais comuns a um jogo de tabuleiro. A prática de jogar RPG é considerada pelos produtores e ouvintes como configuradoras de uma identidade ou um interesse em comum entre os *nerds*.

O *NerdCast* está alinhado a produtos da comunicação e da cultura que configuram uma identidade *nerd* com forte apelo à juventude como valor. A identidade *nerd* está atrelada aos sujeitos que se definem como conectados às práticas de consumir, catalogar e produzir significado sobre artefatos da cultura pop (MATOS, 2014, p. 67), especialmente aqueles voltados para a ficção científica, a fantasia, os videogames e as histórias em quadrinhos. Também são reconhecidos socialmente pela atração e facilidade em lidar com tecnologia. O termo *nerd* é criado em um contexto carregado de preconceito e conformava o estereótipo expresso em produtos culturais americanos centrados no ambiente escolar do jovem com poucas habilidades sociais e com a rotina dedicada aos estudos ou obsessão a assuntos considerados impopulares<sup>14</sup>. Esse aspecto é presente até os dias atuais de forma discursiva, na configuração da identidade *nerd* como uma comunidade que sofre preconceitos. “[O] Jovem Nerd sonha em viver em um lugar onde *nerds* não sejam discriminados pelo que são, e possam viver em paz em sua comunidade” (JOVEM NERD, 2017), diz o trecho da biografia de Alexandre Ottoni, conhecido como Jovem Nerd.

Esse tipo de adesão identitária vem sendo renovada em sentidos, deixando de lado os aspectos pejorativos e concentrando-se na popularidade de produtos comunicacionais, práticas e na formação de comunidades, em um movimento atrelado ao crescimento da importância da tecnologia no cotidiano, e de personalidades famosas como Mark Zuckerberg. A popularidade da identidade *nerd* é endossada por produtos comunicacionais recentes, como a criação de *The Big Bang Theory* (2007- presente), considerada a primeira *sitcom* dedicada aos *nerds*, impulsionando a criação de estratégias comerciais para esse segmento. Como exemplo, no Brasil, a Livraria Cultura inaugurou, em 2012, um espaço exclusivo para *geeks*<sup>15</sup> na sua principal loja em São Paulo. Outro termo associado à identidade *nerd*, o *geek* é considerado menos pejorativo e que já carrega o sentido de alguém que tem sua identidade atrelada ao consumo de novas tecnologias. Com a nova valorização sociocultural e comercial, o *nerd* pode ser definido atualmente como “um especialista da cultura pop-tecnológica cujos conhecimentos e naturalidade em lidar com determinados textos e ferramentas lhes proporcionam um novo *status*” (MATOS, 2013, p. 4).

---

<sup>14</sup> Exemplo de um filme satírico sobre a disputa entre os *nerds* e os populares das escolas americanas é *A Vingança dos Nerds* (1984). Um exemplo da configuração pejorativa e cômica de um *nerd* é o personagem Toby Radloff, dos quadrinhos *American Splendor*, um personagem criado por Harvey Pekar, inspirado em um amigo que tem maneirismos na fala e poucas habilidades sociais e se autoproclama o “*nerd* genuíno”. Em uma das cenas do filme *American Splendor* (2003), ele dirige centenas de quilômetros para uma cidade vizinha para ir ao cinema assistir ao filme *A Vingança dos Nerds*.

<sup>15</sup> *Geek* é um termo que se aproxima do sentido do *nerd*. No entanto, além da excentricidade e da falta de habilidade social e gosto por produtos da cultura pop, o *geek* tem sua identidade relacionada principalmente à fascinação, uso e autodidatismo na relação com novos aparatos tecnológicos.

A identificação *nerd* no *NerdCast* é configurada a partir de um saber compartilhado sobre o que é ser *nerd*. Essa identificação é feita através da negação da necessidade de identificar e de explicar as referências, termos e valores compartilhados pelo grupo. “Se você precisa perguntar como faz pra ser um *nerd*, você não é um *nerd!*”, diz um dos apresentadores. A discussão sobre o que é ser um *nerd* para o *NerdCast* só foi feita no episódio *NerdCast 143: Nerds, Geeks e Freaks*, um tema que foi patrocinado pelo lançamento do DVD da primeira temporada de *The Big Bang Theory* (2007- presente). Antes disso e após esse episódio patrocinado, a discussão sobre quais são as características e qualidades de um *nerd* não são temas principais de um programa.

#### *NerdCast 143: Nerds, Geeks e Freaks*

**Jovem Nerd:** É muito *nerd*. Quem não é *nerd*, não entende essa piada [de *The Big Bang Theory*]. E eles não explicam. Eles não vão explicar o que é o efeito *doppler*, esse que é o valor da série para os *nerds*.

Os artefatos culturais mais icônicos relacionados à identidade *nerd* do *NerdCast* são as franquias *Star Wars* e *Senhor dos Anéis*. O *NerdCast* tem seções específicas para essas franquias, um lugar de destaque na página que agrupa os episódios dedicados a esses dois mundos fictícios e seus produtos. Somente sobre *Star Wars* foram mais de 10 episódios produzidos, com intensificação após os filmes lançados nos últimos anos. O filme é também um marco comercial. *Star Wars* é considerada a franquia que tornou rentável e popular práticas e estratégias comerciais como o licenciamento de brinquedos temáticos de filmes, um tipo de prática que tem suas origens com *Star Wars* e se torna configurador da própria identidade *nerd* (ROCHA, 2017, s.p). Além de consumir os filmes, comprar e colecionar itens como brinquedos e decoração temáticos são práticas de consumo próprias da identidade *nerd* apropriadas pela empresa *Jovem Nerd*. Como exemplo, juntamente com os episódios do *NerdCast* sobre a franquia, há anúncios dos 23 modelos de camisa com a temática *Star Wars* disponíveis na *Nerd Store*.

O destaque ao *Senhor dos Anéis* se dá por configuração desse mapa de importância, como um produto símbolo do *nerd*, não necessariamente pela quantidade de *podcasts* criados sobre o assunto. Foram apenas três *podcasts* dedicados ao *Senhor dos Anéis*, cada um sobre um dos livros que compõe a série de J. R. R. Tolkien. A identificação com o *Senhor dos Anéis* também é apresentada pelo apelido de um dos apresentadores, o Deive Pazos, que se apresenta como “Azaghal, o anão”, em referência a personagens dos livros. Uma das disputas sobre quem pode se afirmar *nerd* ou não, nesse mesmo programa, está no fato de ter assistido aos filmes de

*Senhor dos Anéis*, mas não ter lido os livros. Um dos participantes da conversa afirma que quem apenas assistiu aos filmes e não leu os livros não teria legitimidade para se afirmar como *nerd*. A adesão a essa identidade é feita através do consumo dos produtos culturais considerados parte dessa cultura, no compartilhamento de sentidos e práticas relacionados a esse universo e na acumulação de saberes sobre mundos fictícios, histórias e filmes. Ter essas práticas colocam os sujeitos como parte de um grupo que "dedica boa parte de seu tempo a catalogar e atribuir valor a tais artefatos culturais" (MATOS, 2014, p. 47).

O *NerdCast*, em seu slogan, afirma ser "a visão do *nerd* sobre o mundo". A identidade *nerd* no *NerdCast* se configura também com a criação de mapas de importância a partir do significado de artefatos culturais, e configura o investimento afetivo e a inscrição nessas sensibilidades a partir do consumo de filmes, livros, séries e jogos. A identidade *nerd* demanda um investimento nesses produtos, relacionando-os à vida pessoal e às formas de se reconhecer no mundo de quem os consomem.

#### **NerdCast 192a: O Senhor dos Anéis: A Sociedade do Anel**

**Alexandre Ottoni, o Jovem Nerd:** Esse filme tem uma relação muito forte com a minha vida. Eu já passei pelo papel do Sam (...). Minha mãe lutou contra o câncer por seis anos e eu não tinha como segurar o fardo, né, porque o Frodo chama o anel de fardo. Eu tive meio que carregá-la durante muito tempo. O Sam é o meu personagem preferido da série porque, de todos, era o que menos tinha compromisso com a parada, porque o único compromisso dele com toda essa história era a lealdade ao Frodo (...). A lealdade, o compromisso de você cuidar é algo que existe na vida da gente, e o Sam é um personagem que tem um compromisso de cuidar (...). Ele foi porque ele tinha o compromisso de zelar. E aí é óbvio que eu choro toda vez que vejo esse filme.

A relação com os filmes e com a identidade *nerd* está no ato de reunir-se para discutir sobre os temas. O *NerdCast* não é um lugar onde os ouvintes vão em busca de novidades sobre um determinado produto cultural. Ao contrário, os ouvintes do *NerdCast* se relacionam com o programa através do ato da reunião para discutir os assuntos e da opinião dos participantes, da sua relação pessoal com os artefatos culturais já consumidos previamente. É comum que eles avisem que o programa contém *spoilers*, ou seja, detalhes de enredo e desfechos dos filmes e séries que, para alguns, acabariam com o prazer do consumo. Na forma dos episódios, a relação com os produtos é feita através do debate de aspectos dos filmes, através da conversação, mas também pela relação em que a trilha sonora desperta na memória cultural e afetiva sobre esses produtos. Nos episódios citados, o programa começa com a trilha sonora do filme tematizado. As vírgulas sonoras utilizadas para separar os temas e as piadas também são trechos desses mesmos filmes, recuperando na memória dos ouvintes a sua relação com os produtos.

#### 4.1.2 Tecnicidades e historicidades: experimentação na linguagem para nerds

Os formatos industriais se relacionam com as lógicas de produção através da mediação da tecnicidade, uma tecnicidade que atualmente se configura num cenário de globalização e convergência midiática (GOMES, 2015, p. 21). Dessa forma, o *NerdCast* é consumido, construído e mediado por uma tecnicidade que se pressupõe conectada, tanto em uma perspectiva tecnológica quanto identitária, com o acesso a uma rede mundial de informação que se configura a partir da globalização e de identidades globais, como a identidade *nerd*. Convocamos o conceito de historicidade para pensar o movimento histórico das tecnicidades do *NerdCast*, que se configuram a partir de contextos específicos (BARBOSA; RÊGO, 2017, s.p.). Aliamos o entendimento de historicidade ao conceito de temporalidade de Williams, em que, em um mesmo produto comunicacional, convivem distintas temporalidades.

No discurso dos produtores, o formato do *NerdCast* é a tentativa de reproduzir os momentos de descontração que eles tinham com os próprios amigos. “Os formatos já existiam, nossa conversa sobre as coisas que a gente jogava, a gente brincando dizia que tinha que gravar essas conversas e ganhar dinheiro com isso (sic)” (PAZOS, 2017). Eles descrevem o *NerdCast* como uma “conversa de amigos sobre o mundo, pela visão de um nerd” (JOVEM NERD, 2017). Para elaborar a conversa, os apresentadores escolheram o formato de mesa-redonda para estruturar o programa.

Em sua configuração típica, o *NerdCast* começa com a apresentação dos locutores e dos convidados, sempre com uma frase de efeito que muda a cada programa e se relaciona ao tema da edição. A condução do programa é feita através de perguntas e da introdução de novos temas pelos apresentadores. Alexandre Ottoni e Deive Pazos não entrevistam os convidados, mas suas intervenções servem para “jogar os assuntos na mesa”. No rádio, a mesa-redonda é definida como um “tipo tradicional de programa radiofônico que busca aprofundar temas de atualidade, interpretando-os” (FERRARETTO, 2014, p. 56). Ferraretto (2014) define um programa mesa-redonda tipo “painel”, quando cada integrante da mesa expõe suas opiniões, que vão se complementando, em que o objeto principal é “fornecer um quadro completo a respeito do assunto focado” (FERRARETTO, 2014, p. 56), em contraposição a uma mesa-redonda tipo “debate”, em que o objetivo é aproximar pontos de vista conflitantes.

Como uma reunião de amigos, a intenção do *NerdCast* não é chegar a conclusão ou debater um tema, mas expressar opiniões pessoais com um aspecto voltado para o entretenimento. Os valores da identidade *nerd* são expressos através da legitimidade daqueles que podem falar dos assuntos e se expressam nos convidados escolhidos para os programas. A

escolha dos convidados, inclusive, não é justificada em relação a um tema, uma especialidade. A presença deles é justificada porque, assim como os apresentadores, eles são *nerds* que, como *nerds*, têm a capacidade e a legitimidade para discutir sobre assuntos de cultura pop. Essa mesa-redonda sobre um tema específico está presente na história do rádio em programas conhecidos como resenhas esportivas. O painel em que especialistas, jornalistas, repórteres e ouvintes debatem um tema que é de conhecimento comum de apresentadores e ouvintes muda de configuração somente porque o assunto que é direcionado não é mais o futebol, mas outro grande produto comunicacional e de entretenimento: a cultura pop.

Para Martín-Barbero, a hiper-realidade e a descontinuidade são os hábitos perceptivos dominantes das “redes telemáticas” ou dos videogames. Para a finalização dessa mesa-redonda, não há elaboração de conclusões ou despedidas, o programa é finalizado depois de um tempo que é indefinido a cada edição e pode passar de duas horas. A estrutura final do programa se caracteriza pelo aumento de fragmentação das conversas. No final, geralmente há mais trechos de conversas sobre aspectos diferentes do tema principal, ou anedotas sobre outros assuntos, em que as vírgulas sonoras (que pode ser trilha sonora, música, ou trechos de filmes, a depender do assunto) ficam mais presentes. Não há conclusão do assunto, nem ganchos para cativar a audiência até o final: o ouvinte acompanha a conversa até o momento que desejar.

Como na programação de esportes, em que há uma profusão de canais e resenhas para o mesmo assunto, a adesão da audiência é feita por aspectos sensíveis que não se referem apenas ao tema que está sendo debatido. Assim como os fãs de futebol, em resenhas de jogos na televisão e no rádio, os ouvintes do *NerdCast* se relacionam com os apresentadores e os convidados do programa a partir da identificação. O Jovem Nerd e o Azaghal, além de serem apresentadores, são personagens que cativam os ouvintes e imprimem seus comentários a partir das suas personas. O Jovem Nerd é uma pessoa alegre, expansiva, que se expressa em tom de voz alto e dá muitas risadas após as falas dos convidados. O Azaghal se apresenta como o lado carrancudo e mal-humorado do programa, com maior senso crítico e piadas debochadas e depreciativas. Como podemos perceber na rodada de abertura, após o grito estrondoso do Jovem Nerd (“Lambda, lambda, lambda, *nerds!*”, bordão que abre todos os programas), de propósito, Azaghal baixa o tom de voz para uma expressão enfadonha e entediada, um tom diferente do que o acompanha ao longo do programa. A identificação com os locutores é uma tradição com matrizes culturais do rádio e nos remete a relação de Ari Barroso com a locução de jogos de futebol no rádio, por exemplo, em que o locutor era, ao mesmo tempo, um personagem que fazia parte do modo de transmitir o jogo, se tornando parte da diversão de acompanhar futebol (PADEIRO, 2013, p. 9).

A mesa-redonda no *NerdCast* é também mediada por tecnicidades expressas na forma com a qual eles escolheram realizar os programas e estão articuladas a sensibilidades relacionadas às identidades *nerd* e jovem. O apelo ao humor é outra marca de historicidades que os conectam ao rádio, em um movimento contínuo, que vai desde as suas raízes - a inserção do humor se faz presente na programação radiofônica logo em seu surgimento, com a inserção de comediantes provenientes do circo (PAVAN, 2010, p. 532) – até a consolidação do que ficou conhecida como “rádio jovem”, em que a rádio Jovem Pan é um dos exemplos. Essa tendência de rádios autoproclamadas alternativas, inaugurada a partir dos anos 1970, no Rio de Janeiro, com a influência de artistas inspirados pela ideologia *do-it-yourself* do punk, indicou caminho para as rádios comerciais explorarem programas e emissoras segmentadas para o público jovem (KISCHINHEVSKY, 2007, p. 35), aos quais podemos indicar como matrizes culturais e marcas de historicidades no *NerdCast*.

A criação de uma comunidade *nerd* e jovem em torno do *NerdCast* deixa ver historicidades da linguagem sonora e da radiofonia. Historicamente, as rádios apelam para identidades como configuradoras de seus valores e de suas tecnicidades:

O que de fato atrai os ouvintes para uma determinada rádio é o conjunto de atributos que verdadeiramente fundamentam a realização desse produto, ou seja: mais do que pela voz, as pessoas gostam de um comunicador principalmente pelas ideias que ele defende e pelos valores que ele possui; mais do que pela programação, um ouvinte se identifica com a comunidade de pessoas que gira em torno daquelas atrações (sejam elas musicais, noticiosas, esportivas etc.); e assim por diante. (FERRARETTO, 2014, p. 56).

No primeiro programa, Alexandre Ottoni afirma ter o interesse de que todos possam participar da conversa, e é seguido por um convidado afirmando que, na verdade, ele só irá convidar os seus amigos. O apelo à intimidade é configurado na formação do que depois foi chamado de “Time de Elite” do *NerdCast*, composto pelos dois apresentadores, e dois convidados conhecidos como JP e o Tucano, os dois amigos de infância e adolescência de Deive Pazos, e posteriormente, a adesão do Sr. K, um convidado conhecido por seu deboche e cinismo, que se tornou mais personagem do programa, ganhando um quadro solo dentro do canal do Jovem Nerd no YouTube, chamado “Sr. K Responde”. A construção da intimidade se dá para além da interpelação aos ouvintes, mas na própria configuração dessa mesa de amigos, em que, além de serem *nerds*, compartilham detalhes das suas vidas pessoais:

**NerdCast 241: Isso é uma furada!**

**Alexandre Ottoni:** Lambda, Lambda Nerds, aqui é Alexandre Ottoni, o Jovem Nerd, e eu só caio em roubada.

**Senhor K:** Boa noite pessoas, criaturas, bípedes em geral, aqui quem fala é Sr.K, e eu gostaria de dizer que órgãos vestigiais não deveriam existir.

**JP:** Aqui é o JP, um gato escaldado.

**Tucano:** Aqui é o Tucano e a cada roubada que eu entro eu penso que isso é conteúdo para o *NerdCast*.

**Deive Pazos:** Aqui é o Azaghal e esse é o programa que talvez a gente fale mal dos amigos sem saber.

A estratégia discursiva da conversa com amigos que formam o time de elite do *NerdCast* e o fato das companheiras de Alexandre Ottoni e Deive Pazos, conhecidas no *podcast* como Sra. Jovem Nerd e A Portuguesa, serem convidadas frequentes do programa, principalmente em episódios classificados na sessão Cotidiano, mostram tecnicidades comuns à internet e o entorno tecnocomunicativo contemporâneo: a diminuição das fronteiras entre íntimo e público, a exibição da cotidianidade e a ênfase no autodidatismo e o amadorismo na criação para a internet como valores e estratégias discursivas específicas do meio. Os ouvintes podem espiar através da escuta de um *podcast* a conversa de amigos íntimos sobre um tema de seu interesse.

Pensar *podcasts* em suas historicidades, então, nos leva a considerar como as materialidades dos programas remetem a gramáticas específicas que são próprias do rádio, como as vinhetas de apresentação do programa, a divisão do programa em blocos através das vírgulas sonoras, o uso de trilha sonora para imprimir emoções e temáticas, além da divisão e passagem de assuntos, mas também direciona o nosso olhar para o que se configura como desenvolvimento de tecnicidades e sensibilidades que são próprias da internet e das redes digitais contemporâneas. A conectividade, mais do que uma característica técnica (estar conectado à internet), é uma tecnicidade, um operador perceptivo e discursivo que faz com que os produtores presumam determinadas competências nos ouvintes. A conectividade é presumida a partir do ato de fazer o *download* ou o *streaming* do *podcast* na internet, mas também se pressupõe como prática e como parte das ritualidades dos ouvintes nas suas formas de interação com o *podcast* e com os demais conteúdos online.

Tratando a interação como uma mediação (KISCHINHEVSKY, 2012, p. 412), assim como entendida por Martín-Barbero, nos afastamos do entendimento recorrente em pesquisas de comunicação atuais que consideram os usuários de internet como consumidores e receptores mais ativos do que aqueles da radiodifusão, justamente pela proclamada interatividade própria da internet. Esse entendimento demonstra uma visão evolucionista dos meios de comunicação, que pressupõe como ponto de partida que o desenvolvimento tecnológico (a possibilidade de interatividade via redes digitais) se transformaria em evolução cognitiva, em oposição à radiodifusão e às antigas formas de interação. A interação como trabalhada por Kischinhevsky (2012) é aproximada da mediação da recepção, e faz parte, como as mediações dos mapas de Martín-Barbero, de um mesmo sistema de mediações socioculturais (KISCHINHEVSKY,

2012, p. 413). Consideramos que a interação faz parte das tecnicidades dos *podcasts* e dos demais produtos que têm o seu consumo viabilizado a partir da internet, não operando como algo que define os modos pelos quais os ouvintes interagem com os *podcasts*, mas como um conjunto das demais instâncias de mediação sociocultural, em que não existe hierarquia ou subordinação das mediações (KISCHINHEVSKY, 2012, p. 414).

As interações com os ouvintes deixam ver matrizes culturais do rádio e tecnicidades específicas das redes digitais. Diferentemente de discursos presentes nos meios de comunicação, que dizem que os *podcasts* configuram novas formas de interação com os ouvintes, ou um meio mais próximo, Kischinhevsky (2012) avalia que há mais continuidades do que rupturas no processo comunicacional. No *NerdCast*, inclusive, isso se configura com a elaboração de uma “grade de programação”, com o lançamento dos *podcasts* e dos outros programas do portal *Jovem Nerd* em dias da semana específicos. “A profissionalização foi criar uma grade de programação. Entrar no ciclo de vida das pessoas, entrar num ciclo que já existe para os ouvintes e para os anunciantes” (OTTONI, 2017), um movimento que repete a temporalidade social do rádio, também herdada pela televisão. É uma forma de forçar a entrada na rotina das pessoas. O ato de baixar o arquivo de áudio permite apropriações que vão desde a escutar o programa no momento em que ele foi publicado às sextas-feiras, adiar a escuta para um momento de deslocamento, ou evitar um novo programa e recorrer a qualquer um dos *podcasts* do arquivo, escolhidos através de interesses próprios. No entanto, os produtores repetem lógicas de produção que se configuram como mediações importantes das nossas formas de consumir, presentes na nossa memória e que não são abandonados.

A leitura de comentários é uma das estratégias de produção de sentido de proximidade e interatividade com os ouvintes configurada na forma do *NerdCast* através do primeiro bloco do programa, chamado de “Caneladas”. Como não há limitação de tempo, os comentários sobre a participação do público – que são agrupados entre sugestões e correções enviadas por e-mail – duram, em média, mais de 20 minutos. A relação e a participação dos ouvintes não é um aspecto novo dos meios de comunicação, e faz parte da história do rádio e da televisão. Antes, esse movimento era feito com a inserção dos ouvintes através de cartas e ligações. Hoje, é feito a partir de múltiplas formas de participação: leitura de e-mails, envio de áudio e vídeos. Sem os limites de tempo das grades de programação, as inserções dos ouvintes dos programas ganham possibilidades, inclusive, de aumento de tempo de reprodução. Para aqueles que não desejam ouvir os comentários, há a opção de avançar para o exato minuto em que o tema do programa começa. A opção dada pelos produtores de pular o primeiro bloco, tanto verbalmente, quanto na inserção de uma ferramenta no aplicativo do *Jovem Nerd*, faz parte de valores

próprios da internet, configuradores de suas tecnicidades. Caso o ouvinte não tivesse interesse em ouvir a leitura de e-mails, muitas vezes de longa duração, poderia abandonar o *podcast*.

O tempo de início do tema do programa para aqueles que não têm interesse em ouvir a leitura de e-mails é indicado verbalmente pelos apresentadores após os anunciantes. Desse modo, a seção de comentários, além de ser um aspecto importante de relacionamento com os ouvintes, é o momento mais importante financeiramente para o programa. Os comentários, além de conectarem os ouvintes com os produtores, através de piadas, sugestões, críticas e correções a informações dadas em programas anteriores, precisam se configurar como espaço de entretenimento para que os ouvintes não acessem os minutos subsequentes e deixem de ouvir os anunciantes do *podcast*, algo possibilitado somente pelo caráter assíncrono da escuta. É um espaço aguardado pelos ouvintes, porque é um momento em que eles estão inseridos no programa mais explicitamente. O termo “Canelada” já pressupõe que os produtores esperam críticas e correções sobre o que foi discutido durante os programas.

Apesar de considerar que a mediação da interatividade apresenta mais continuidades com o rádio, Kischinhevsky considera uma novidade o compartilhamento de arquivos como estratégia de distribuição e circulação, tanto dos produtos criados para a internet, quanto para a afirmação de identidades individuais e coletivas. No *NerdCast*, o primeiro bloco é também o momento em que são citados os nomes dos ouvintes que participaram de campanhas de doação promovidas pelo programa, o “Cacete de Agulha”<sup>16</sup>, e o “Escalpo Solidário”. O “Cacete de Agulha” opera aqui inserindo os ouvintes no programa através dos comentários, mas também por utilizar um meme<sup>17</sup> que tem relação com o assunto.

É também o espaço para a “Arte dos Fãs”, o que cria a expectativa nos ouvintes sobre quais serão os comentários e as piadas que os dois apresentadores farão sobre o material enviado, e o inserem dentro do programa. Esses materiais são configurados como links na página do *Jovem Nerd*, em que fotos dos ouvintes nas ações solidárias e os materiais artísticos, a maioria desenhos, tirinhas e montagens, são expostos para todos.

O comportamento de ouvintes on-line revela uma intrincada teia de relacionamentos, em que atitudes como o reenvio de mensagens via Twitter ou o compartilhamento de conteúdos e convites para eventos no Facebook

---

<sup>16</sup> “Cacete de Agulha” é o título de um vídeo que viralizou na internet, em que um homem incentiva as pessoas a participarem de campanhas de doação de sangue, afirmando que o procedimento é indolor, ao mesmo tempo que tenta disfarçar a dor e sussurra “cacete de agulha”. Em <<https://www.youtube.com/watch?v=IR3JY96V35A>>. Acesso em 28 jan 2018.

<sup>17</sup> Memes são imagens, textos, enunciados, vídeos, enfim, as múltiplas formas de expressões através das linguagens na internet que se configuram enquanto textos replicáveis, a maior parte, com apelo ao humor e à sátira.

estabelecem ou fortalecem vínculos sociais e culturais, mobilizando ouvintes e dinamizando canais de feedback (KISCHINHEVSKY, 2012, p. 431).

Apesar de considerar as continuidades com o rádio, Kischinhevsky (2012) considera que as interações dos ouvintes nos *podcasts* e no rádio social possibilitam a criação “de múltiplas temporalidades e ambiências que reconfiguram o rádio como instância de mediação sociocultural” (KISCHINHEVSKY, 2012, p. 430). Esse movimento faz parte de sensibilidades contemporâneas e não é exclusivo dos *podcasts*. Inserir os telespectadores nos programas configura um movimento de valorização das “pessoas comuns”, a inserção do cotidiano, que incita a criatividade pessoal, um movimento de ascensão e valorização e do compartilhamento do “eu” na internet (SIBILIA, 2008, p. 9).

Exemplos de tecnicidades que se configuram como aspecto marcante dos *podcasts* são expressos nas tentativas de construção de outras visualidades da linguagem sonora. Para alguns autores, a visualidade sempre existiu no rádio, pois as imagens são formadas na imaginação dos ouvintes (BERRY, 2013, p.170). Apesar disso, percebemos que esse movimento fica ainda mais presente com possibilidades multimídias da internet. Instituições midiáticas como a BBC e produtores independentes adotam a tendência de incorporar mais imagens no rádio (BERRY, 2013, p. 180). Por sua característica de estar atrelado a um computador ou smartphone, o *podcast* se configura em uma forma de comunicação em que leitura, imagens e som operam em conjunto para a construção do sentido. É através da visualidade, de títulos e imagens, que o ouvinte terá o primeiro contato com o *podcast*. O título de um episódio, assim como os títulos de manchetes de jornal, funciona como chamativo para o ouvinte, bombardeado por uma grande oferta de links possíveis para clicar. No *NerdCast*, a visualidade opera por dois movimentos: o primeiro deles é a valorização das capas que ilustram as páginas onde ficam os episódios no site *Jovem Nerd*. As capas funcionam como endereçamento para os ouvintes e informam o assunto que será discutido em cada *podcast* para aqueles que escolhem o site como principal forma de acessar o conteúdo. Há um investimento de produção dessas capas, com a elaboração de montagens sobre os assuntos dos episódios.



Figura 5: Captura de tela da capa do episódio 591 sobre Fake News. Acesso em dez. 2017.

O segundo movimento é a inserção de imagens durante a reprodução do *podcast* pelo aplicativo do *Jovem Nerd*. A importância da visualidade ficou ainda mais presente com o lançamento do aplicativo. A partir do aplicativo, a tela do celular se transforma em mais um dos recursos para os audiovisuais que podem ser visualizados durante o episódio. No episódio *NerdCast 538 - Falando mal do Whatsapp*, o recurso é utilizado na seção “Caneladas”, seção na qual as artes dos fãs são exibidas, como, por exemplo, ilustrações que são enviadas pelos ouvintes e se configuram como importante forma de interação entre produtores e público. A partir de falas dos apresentadores, há avisos de que as imagens estão sendo exibidas no aplicativo. É também através desse recurso que é inserido, na tela dos *smartphones*, um link para pular para o tema principal do episódio.



Figura 6: Captura de tela do aplicativo Jovem Nerd. Acesso em dez. 2017.

A identidade *nerd* se expressa em experimentações na linguagem nos episódios sobre RPG, considerados momentos de inovação na linguagem sonora por parte dos produtores. Os episódios especiais de RPG estão sempre entre os mais ouvidos pelo público que consome o *podcast*. Esses episódios especiais funcionam como um preenchimento de uma lacuna na linguagem sonora e estão conectados com formas de sentir e práticas que expressam interesses dos *nerds*. A tentativa de criar um *podcast* que reproduza e utilize elementos da linguagem sonora para expressar a prática de um jogo de RPG tem grande aceitação por parte dos ouvintes. Como são episódios especiais que demandam um trabalho maior de edição, as vezes até contratação de dubladores, produção de sonoplastia específicas às necessidades da história, trilha sonora original, além da criação e redação da própria história e características dos personagens do jogo, os episódios de RPG têm uma periodicidade menor.

No primeiro episódio RPG do *NerdCast*, lançado em 2011, percebemos como os apresentadores experimentam com as possibilidades da linguagem. Enquanto em episódios anteriores, as práticas em relação ao RPG são inicialmente abordadas como de conhecimento comum de todos os ouvintes, com a recusa de explicar regras, formatos e apresentação do jogo, porque os produtores consideram que seus ouvintes irão reconhecer aquelas estruturas como linguagens compartilhadas, neste momento de experimentação há o entendimento de que é preciso dar mais instruções aos ouvintes para que eles possam aproveitar a experiência. Uma das instruções é o aviso de que é preciso utilizar fones de ouvido para a escuta.

No programa *NerdCast 251: Especial RPG – O Bruxo, a Princesa e o Dragão*, Alexandre Ottoni e Deive Pazos discutem como será a forma de explicar para os ouvintes quais serão os personagens do jogo. Para um deles, explicar qualquer tipo de regra iria desconfigurar o que seria a reprodução mais fiel de um jogo de RPG presencial. Para o outro, é preciso falar com os ouvintes e não fingir que o jogo não está acontecendo em uma gravação do *podcast*.

### **NerdCast 251 Especial RPG – O Bruxo, a Princesa e o Dragão**

(Depois que todos os demais jogadores se apresentaram)

**Azahal:** Aqui é Ruperst (nome do personagem dele no jogo), eu sou um *doppelganger* ladrão.

(Risos)

**Jovem Nerd:** Ah não, lá vem com essa porra do *doppelganger*. Puta que pariu. Essa porra de *doppelganger* virar personagem foi a maior mamata que já inventaram.

**Azahal:** Não me venha me repreender, cara.

(Risos de todos os convidados).

**Jovem Nerd:** Olha aí, que mamateiro, puta merda. *Doppelganger* para quem não sabe é uma raça de um bichinho parece o Gollum, um bicho cinza, escroto, parece um alienígena, que ele é *shape shifter*, ele se transforma em qualquer pessoa, que nem a Mística.

**Azahal:** E meus personagens sempre tem ventriloquismo e equilibrar em corda (sic). Eu vou te falar que ficou bem caída essa introdução assim (entra sonoplastia de disco arranhado e trilha sonora de vídeo game que remete a derrota), já começa com *off-topic*, não é cara?

**Jovem Nerd:** Caraca, as pessoas tão ouvindo, ninguém tem ficha na frente, as pessoas têm que saber quem o Tucano é, qual o personagem dele?

**Azahal:** Não precisa, é *role-playing*, o cara chegou e viu o personagem do Tucano. Você já foi num lugar, num bar, e chegou no bar e fala assim: “Opa, forasteiro, tudo bem?”. E ele: “tudo bem? Eu sou um paladino, nível 20, prazer em conhecê-lo”. Não rola.

**Jovem Nerd:** Então tem que ter *off-topic*.

**Azahal:** Não tem que ter *off-topic*, para mim a pior coisa no RPG é o *off-topic*, quando você para pra falar alguma coisa ou, principalmente, para dar dica para alguém. Isso é insuportável.

(...)

**Jovem Nerd:** As pessoas que estão ouvindo esse *NerdCast* especial de RPG [ênfase nessas três palavras] precisam visualizar em suas mentes quem são os personagens.

**Azahal:** Mas isso é o trabalho do mestre que tem que descrever o ambiente e os personagens.

**Jovem Nerd:** Ah, eu tenho que descrever vocês?

**Azahal:** Claro, você tem as nossas fichas.

(Risos de todos)

**Azahal:** Se nós já somos um grupo, não faz sentido nos apresentarmos uns pros outros.

**Jovem Nerd:** Vocês não tão se apresentando pra vocês, caralho, tão se apresentando para os ouvintes.

**Azahal:** Mas que ouvintes? Se a gente tá jogando, é *role-playing*, não tem ouvinte.

(Risos)

**Jovem Nerd:** Vocês estão participando de um *NerdCast*, as pessoas precisam saber quem são vocês, como em todos os *NerdCasts*...

Nos episódios seguintes de RPG, lançados apenas uma vez por ano, sempre no início de janeiro, foi estabelecida uma estrutura em comum, em que os elementos como trilha sonora, narração de um dublador para a caracterização de personagens e trechos pré-gravados da história que está sendo jogada são feitos previamente e aparecem no início do *podcast* e em momentos especiais da história, para enfatizar o efeito dramático. No momento da gravação, ficou convencionado que os jogadores e os ouvintes recebem ao mesmo tempo as instruções do mestre do RPG, assim como nos jogos de tabuleiro. Os episódios especiais deixam de começar com a apresentação dos convidados, que continua sendo feita, mas apenas depois da abertura especial. Nesses episódios, a estrutura do programa é feita a partir de uma introdução feita por dubladores que apresenta, em conjunto com trilha sonora, texto e entonação, qual será o clima e o tom da história que será jogada, geralmente de suspense. A sonoplastia e a trilha sonora ambientam o mundo e a história que serão representados na edição. Os convidados recebem as instruções e as informações sobre o mundo com a leitura do mestre, o jogador de RPG responsável por guiar a história.

Percebemos, através de nossa análise, que o *NerdCast* expressa marcas de historicidades relacionadas ao domínio estético e discursivo de programas radiofônicos de humor e das resenhas esportivas. Ao mesmo tempo, em relação à apropriação de novas tecnologias, e na tentativa de construir formas de linguagem que expressam práticas e valores comuns aos *nerds*,

como o ato de reunir-se com amigos ou jogar RPG, tentamos demonstrar como o *podcast* configura as suas tecnicidades enquanto maneiras de utilizar a linguagem sonora para dar conta dessa forma de sentir.

#### **4.1.3 Tecnologia e juventude: tecnicidades configuradoras da identidade do jovem *nerd***

Entendemos que tecnologia, juventude e identidade *nerd* no *NerdCast* fazem parte de uma articulação, entendida aqui como o processo em que ideias, posições políticas e sociedade estão conectadas. A juventude no *Jovem Nerd* não está atrelada à idade, mas, sim, à consideração da juventude como diferença e que, no caso do *NerdCast*, é o ponto central de disputa sobre a identidade *nerd* e sua relação com a tecnologia. Dessa forma, as tecnicidades do *NerdCast* deixam ver valores sociais relacionados à técnica e a uma ideia específica de juventude, característica do estágio do capitalismo atual e baseada no consumo de produtos culturais, no caso do *NerdCast*, produtos atrelados à identidade *nerd*.

Entendemos que as tecnicidades expressam os valores sociais da técnica e as conexões com as formas de percepção. As tecnicidades são as formas materiais e simbólicas de lidar com esses valores e sensibilidades. Em termos de linguagem, a articulação tecnologia-juventude-identidade é expressa no *NerdCast* em dois movimentos complementares: o primeiro é na valorização da tecnologia como definidora do próprio sujeito jovem e *nerd*, com a utilização de inovações tecnológicas no cotidiano. Isso é demonstrado no *Jovem Nerd* a partir da adesão ao que há de mais novo em termos de tecnologias de captação de imagem e vídeo, e também de tecnologias de consumo, mais evidente na elaboração de um aplicativo próprio para o *podcast*. No *NerdVlog 360*, um programa do YouTube do *Jovem Nerd*, o processo de produção e os formatos escolhidos estão relacionados à necessidade de adesão às inovações tecnológicas e formas de produção existentes. Com o título de “Vlog 360 em 4K”, eles fazem alusão à própria distinção construída a partir da aquisição de um equipamento que captura imagens em 360 graus com definição 4k<sup>18</sup> como recursos valorativos de qualidade para o *Jovem Nerd*.

O segundo movimento é a valorização dos recursos de edição como medida de qualidade para o *podcast*. A edição é precisa ao retirar repetições, coloquialismos e pausas que os convidados fazem. Todos esses ruídos, vícios de linguagem ou imprecisões de eloquência dos convidados são retirados da edição, um esforço muitas vezes comentado em episódios ou em

---

<sup>18</sup> “Ultra HD (4K) é a tecnologia que garante telas com resolução de 3840 x 2160 pixels. Ou seja, uma TV 4K tem exatamente quatro vezes mais pixels do que uma TV Full HD. Com isso, torna-se ainda mais difícil perceber os pontos formadores de imagem (pixels) na tela” (RODRIGUES, 2014).

declarações do editor do *NerdCast*, Léo Lopes, também um convidado frequente do *podcast*. Em alguns programas, os apresentadores já afirmaram que há pessoas que se expressam completamente diferente no momento de gravação quando comparado ao resultado final alcançado após os esforços de edição. Léo Lopes se vangloria de editar pequenos trechos de falas, como sílabas isoladas, para montar perfeitamente uma palavra que ficou inaudível ou sobreposta (LOPES, 2017)<sup>19</sup>. A precisão da edição do *NerdCast* inaugurou um “padrão *NerdCast* de qualidade”, resultado dos equipamentos utilizados e dos investimentos profissionais em edição.

As inovações tecnológicas são temas presentes no *podcast*. Uma das sessões de destaque se refere a tecnologias que seriam possíveis no futuro. No episódio *NerdCast 381 - Tecnologias do Futuro*, eles convidam pesquisadores e um físico, que depois se transformam no “time de ciências” do *podcast*, para debater qual a possibilidade de tecnologias de ficção científica, como o teletransporte, serem possíveis no futuro. Esse episódio expressa a crença de uma constante atualização tecnológica que sempre resultará em benefícios no futuro. Essa estratégica retórica e lúdica, ao mesmo tempo, conecta dos aspectos importantes configuradores da identidade *nerd*: o consumo de produtos culturais de ficção científica e a cresça na tecnologia como motivadora de evoluções na sociedade.

A relação dos jovens e dos *nerds* com a tecnologia é aspecto central da configuração das formas de sentir relacionadas ao *NerdCast*. O próprio ato de consumir um *podcast* é configurador dessa relação com a tecnologia. A tecnicidade também se dá a partir da sedimentação de saberes, da constituição das práticas e dos valores relacionados à técnica. No caso do *NerdCast*, o próprio ato de ser um ouvinte de *podcast* é uma adesão a uma prática que eles consideram fora do senso comum, algo que se dá através de um nicho que partilha interesses. O ouvinte precisa baixar um aplicativo no celular, ou acessar o site do *podcast* para fazer o *streaming*, ouvir no momento ou fazer o *download* para escutar em um momento posterior. A prática de ouvir *podcasts* é considerada pelos produtores e ouvintes como algo que demanda uma familiaridade a um tipo novo de relação com os meios de comunicação, com o computador e com a conectividade. Dessa forma, o ouvinte pressuposto é aquele que tem familiaridades com tecnologias e redes digitais e, por isso, compartilha práticas.

A mediação da tecnicidade também opera na impossibilidade de consumo daqueles que não conhecem os caminhos que levam ao *podcast*. Consumir *podcasts* é considerado pelos

---

<sup>19</sup> “Editando o bruto do #Nerdcast de RPG. Alguém disse ‘PARTE’ mas captou só ‘ARTE’. Ficou estranho. Pouco adiante, ele fala ‘PASSOS’ com a mesma entonação. Pego o PA de PASSOS e faço ele dizer PARte corretamente. São detalhes como esse que fazem toda a diferença! #VidaDeEditor” (LOPES, 2017).

produtores um hábito de iniciados, que tem que ser motivado através do ensino e da conversão daqueles que não têm essa prática. Uma das estratégias para isso foi a criação do *NerdCast Stories*, no YouTube, animações de, em média, três minutos com trechos considerados os melhores momentos do *NerdCast*. O vídeo é acompanhado por uma chamada para o *streaming* do *podcast* no site. No lançamento do *NerdCast Stories*, Alexandre Ottoni explica o que considera vantagens de ouvir *podcasts*:

Se você não tem o hábito de ouvir *podcasts*, tenta fazer isso enquanto você está fazendo uma atividade mecânica, por exemplo, no carro dirigindo, ou no ônibus esperando, ou malhando, correndo, fazendo exercícios, lavando louça, fazendo faxina em casa, em fila de banco e qualquer outro tipo de fila, você nem vê o tempo passar (NERDPLAYER, 2017).

Podemos ver disputas e tensionamentos em torno da juventude no episódio *NerdCast 533 Stranger Things: O sucesso do passado*, em que os apresentadores e a turma de convidados considerada o “Time de Elite” do *NerdCast* convidam uma garota de 20 anos para discutir a primeira temporada de *Stranger Things*, uma série que se configura como construída a partir de referências a filmes dos anos 1980. Os apresentadores e o “Time de Elite”, que têm por volta dos 40 anos, disputam a identidade *nerd* e jovem com a marcação de que esses dois valores não são relacionados à idade. Com o convite de uma pessoa mais nova, eles pretendem mostrar que os produtos culturais unem pessoas de diferentes idades e referências audiovisuais que não são relacionadas apenas ao contexto de nascimento. O mesmo movimento é feito a partir da significação da tecnologia, que está conectada a formas diferentes de cognição e percepção do mundo atreladas ao significado de juventude. No episódio *NerdCast 538 - Falando mal do Whatsapp*, é consenso entre os convidados que não usar telefone se configura como uma prática relacionada à juventude e ao relacionamento que as pessoas têm com a tecnologia, enfatizando de forma negativa que os “velhinhos” são aqueles que ainda têm o hábito de fazer ligações por telefone em detrimento de utilizar a de gravação de áudio do *Whatsapp*. Em termos de linguagens, a juventude é articulada no *NerdCast* a partir da utilização de linguagem informal, recheada de gírias e palavrões, além da edição de áudio que se assemelha a formas de edição do *vlogs* do YouTube.

A partir dos esforços de linguagem e dos valores sobre a técnica expressos no *NerdCast* vemos como a identidade jovem está relacionada muito mais a uma perspectiva que aproxima juventude e consumo de produtos culturais e tecnologias do que o que se instituiu historicamente como valores atrelados à juventude, como rebeldia, contestação política e crítica ao *status quo* e ao mundo dos adultos. No *NerdCast*, a juventude é um valor, que é expresso no

programa em dois movimentos: na utilização do humor como aproximação à uma identidade jovem e divertida, e no uso de produtos comunicacionais e da tecnologia como ponto de disputa e aproximação com a juventude e o novo. A relação com a juventude é semelhante a que vivemos atualmente na sociedade, em que a juventude é um estado “que pode ser conquistado em qualquer etapa da vida através da adoção de formas de consumo e estilos de vida adequados” (DEBERT, 2010, p. 49).

Ao olharmos para a relação entre juventude e identidade historicamente percebemos como esse valor é construído de diferentes formas a depender do contexto sociocultural. Mais do que relacionada à idade biológica, o conceito de juventude é marcado por uma diferença de gerações que está inscrita em uma série de relações sociais (GROSSBERG, 1997, p. 42). Ao traçar a trajetória do que entendemos hoje por juventude, Lawrence Grossberg recupera o contexto de crescimento demográfico e econômico do pós-guerra nos Estados Unidos, e o aumento da população daqueles com menos de 20 anos a partir da década de 1950, quando se intensificou a separação entre infância, adolescência e vida adulta.

A noção de juventude foi se distanciando do momento de transição em que os indivíduos buscam o reconhecimento de uma identidade adulta para um lugar de disputa entre o mundo dos adultos – e da disciplina, institucionalização, correção e direcionamento para o trabalho – para outro lugar de disputa que é formada a partir da alienação dos jovens em relação ao mundo dos adultos e a necessidade de demarcar as suas diferenças (GROSSBERG, 1992, p. 179). O cenário de contestação em relação ao mundo dos adultos é expresso, na cultura popular massiva, com mais ênfase a partir da apropriação e alianças que a juventude e o rock, enquanto formação discursiva, fizeram um do outro (GROSSBERG, 1992, p. 180). Atrelada à contracultura dos anos 1960, a juventude celebrava a si mesma como diferença, em que a própria noção de ser jovem era a expressão de novas possibilidades, uma adesão ao comprometimento de mudança e transformação política e de valores sociais (GROSSBERG, 2015, p. 115).

Deslocada das suas raízes de contestação política, tentativas de diferenciação do mundo dos adultos, e contraponto político que marcava, inclusive, uma diferença de classes em sua relação com o *punk*, a juventude ganha no capitalismo de consumo atual uma identidade independente desses valores que, para Grossberg (2005), se transforma em um emblema do estágio do capitalismo no qual estamos vivendo. “Ser jovem tornou-se uma ideologia, um estado de espírito e corpo que pode ser alcançado e comercializado” (GROSSBERG, 2005, p. 90). Ao descrever a trajetória do rock em relação a juventude, Grossberg (1997) afirma que a centralidade que a música tinha na vida afetiva dos jovens está dando lugar a novas mídias e novos sons, centralizados nas tecnologias audiovisuais e no computador (GROSSBERG, 1997,

p. 61). Reconhecemos que a adesão da tecnologia à juventude se faz num processo histórico que está relacionado a artefatos criados antes da internet e dos computadores. Um dos exemplos é o estudo sobre o Walkman, feito por Paul Du Gay e coautores (1997). Os autores demonstram que utilizar o Walkman funcionava como uma metáfora e um significante da própria juventude nas propagandas da sua produtora, a Sony (DU GAY et al., 1997, p. 39).

No *NerdCast*, como vimos, a juventude funciona como configuradora de uma identidade *nerd*, que se expressa prioritariamente através do consumo de produtos culturais e aparatos tecnológicos atualizados. A ideia de juventude para o *Jovem Nerd* não se configura como uma marca de contestação ao sistema social e econômico, ao mundo dos adultos, nem como lugar de debate de outras sensibilidades políticas consideradas novas na contemporaneidade, como disputas por outras sexualidades e gêneros identitários, por exemplo. Veremos na análise do *AntiCast* inclusive, como o *NerdCast* é percebido como um lugar de reprodução de valores dominantes da sociedade, como o machismo e a transfobia. Ao contrário do que foi historicamente construído como juventude, são jovens e *nerds* todos aquele que, independentemente da idade, valores, posicionamento político, têm os mesmos hábitos e constroem a mesma trajetória de consumo de consumo tecnológico e cultural. Apesar disso, é frequente como o “mundo *nerd*” se transforma em um lugar avesso às diferenças com a tentativa de manutenção de um *status quo* baseado em uma masculinidade preconceituosa e adesão sem crítica aos valores do capitalismo, mesmo entre aqueles com hábitos de consumo similares<sup>20</sup>. Dessa forma, a relação entre o *nerd* e a juventude é essencialmente mediada pelas tecnologias de comunicação. Nesse cenário, a juventude é definida a partir da familiaridade com determinados produtos e aparatos tecnológicos, deixando de lado o potencial crítico e contestador da juventude. O apelo à transformação de valores e à transformação da política pela juventude é substituído pelo apelo à inovação tecnológica como motor da sociedade.

A relação da juventude e da tecnologia não pode ser afastada dos novos valores e ideais em torno do trabalho no estágio atual do capitalismo. Segundo Grossberg (2005), vemos a associação da juventude com novos modelos de trabalho e o apelo à novidade na associação da juventude e da inovação tecnológica como competência. É sintomático dessa nova relação tecnologia-juventude-trabalho que o *Jovem Nerd* seja expressão de uma corrente de pensamento que considera o empreendedorismo como a mais importante realização profissional – aqui descrito como a transformação dos trabalhadores em empresários, adquirindo signo de *status* e realização pessoal, valores expressos com os episódios *Nerd Empreendedor*. A transformação

---

<sup>20</sup> Além da análise do *AntiCast*, vemos isso em matérias como “Mulheres se unem contra machismo no mundo *nerd*” (CARTA CAPITAL, 2018) e “O tal do ‘Orgulho Nerd’ e o preconceito” (HUFFPOST, 2015).

das paixões pessoais em trabalho, assim como descrita no início da análise como parte da trajetória de sucesso do *Jovem Nerd*, mostra a associação em que os jovens conectam o trabalho e o divertimento como produção de riqueza. “A economia atual apresenta uma imagem de si mesma na qual a produção (na forma da tecnologia) e o consumo (no sentido de lazer, jogo, entretenimento, imaginação, trabalho mental em oposição ao trabalho físico, etc.) fundem-se como a nova base do sucesso econômico e produção de riqueza” (GROSSBERG, 2005, p. 90, tradução nossa).

A indústria cultural e os meios de comunicação maciços são componentes importantes nas novas formas de socialidades, compondo as novas maneiras em que as identidades são formadas por processos de reconhecimento e exclusão. É a partir das socialidades que aquilo que passa pelas tecnologias adquire consistência social e relevância cognitiva (MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 220). A adesão a uma identidade *nerd* se faz no próprio ato de ouvir o *NerdCast*, que se configura no Brasil como um legitimador de uma identidade, e no consumo de produtos e práticas consideradas pelo programa próprias de um jovem *nerd*. O *podcast* se esforça e consegue através de suas tecnicidades expressar a identidade *nerd*, como é o caso das construções de RPG, e da adesão a inovações tecnológicas.

Para Martín-Barbero, os processos de produção e circulação da cultura estão relacionados não apenas a inovações tecnológicas, mas a novas formas de sensibilidade (MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 219-220). Olhar para o *NerdCast* não significou apenas identificar, definir, nem classificar quais são todas as tecnicidades e sensibilidades relacionadas, mas interpretar essa mediação para entrever alguns dos processos culturais, sociais, econômicos e políticos dos quais esse *podcast* participa (GOMES, 2015, p. 42). Dessa forma, percebemos como essas tecnicidades estão relacionadas a sensibilidades que disputam o sentido de novo, de juventude e de inovação, mas o fazem com a adesão a valores e linguagens que não demonstram outras sensibilidades políticas, mas formas de sentir e perceber o mundo conectadas ao que é de mais hegemônico do capitalismo global.

## 4.2 Mamilos: o podcast que transforma a treta em jornalismo

O *Mamilos* é um *podcast* lançado em 14 de novembro de 2014 e apresentado pelas publicitárias Juliana Wallauer e Cris Bartis. Na página do site de financiamento coletivo Padrim, o *Mamilos* é descrito como "um *podcast* semanal (programa de rádio, distribuído pela internet) que busca nas redes sociais os temas mais debatidos (polêmicos) e traz para mesa um aprofundamento do assunto com empatia, respeito, bom humor e tolerância". O nome do programa é também relacionado ao tema proposto pelo *podcast* no seu lançamento: "discutir as polêmicas e os principais assuntos que foram desenvolvidos nas redes durante a semana". *Mamilos* se refere a um dos "memes" da internet, um vídeo viralizado de 18 segundos, em que uma criança afirma que os mamilos são assuntos muito polêmicos<sup>21</sup>.

Tendo o "meme" como referência, a identidade visual e os quadros do programa são variações que se referem ao título, além de estarem relacionados ao fato das apresentadoras serem mulheres. O *podcast*, em média, tem mais de 1 hora e meia de duração e é dividido em seções: *Fala que eu Discuto*, *Trending Topics* e a *Teta*, antiga *Teta da Semana*, em que o assunto principal do *podcast* é debatido pelas apresentadoras e convidados, e o *Farol Aceso*, seção de indicações culturais dos convidados e das apresentadoras. A logomarca faz referência ao formato de um mamilo com um *piercing* aplicado, aludindo a um corpo feminino com marcas de uma estética atrelada a um corpo jovem e descolado. As cores que compõe a página e a logomarca, de igual maneira, referem-se ao rosa, uma cor culturalmente relacionada à construção do feminino.

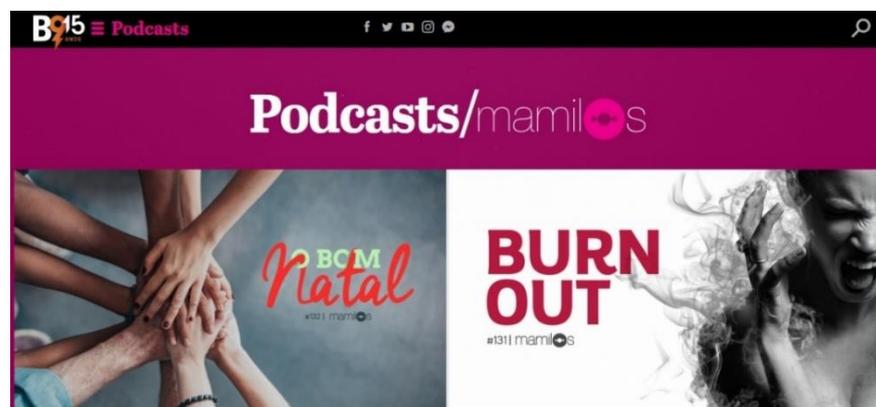


Figura 7: Captura de tela da página principal do Mamilos. Acesso em dez. 2017.

<sup>21</sup>“Uma polêmica”, vídeo de Bruno Nicoletti publicado no YouTube, em: <<https://www.youtube.com/watch?v=vwJbhFYnfKU>>. Acesso em 21 jan 2018.

Na crítica, o *Mamilos* tem uma posição privilegiada, figurando constantemente nas listas de melhores programas (SEGURA, 2016; AGUILHAR, 2017). Em 2015, foi eleito o melhor *podcast* do ano, segundo votação feita no site especializado *Mundo Podcast*. Juliana Wallauer e Cris Bartis foram eleitas a segunda e a quarta, respectivamente, melhores *podcasters*. Em termos de audiência, é difícil determinar o número de ouvintes com precisão. Não há um diretório único que reúna todos os programas, é comum que os programas estejam em muitos agregadores diferentes, como o iTunes, Stichter e o Spotify. O agregador usado no site do *Mamilos* é o Soundcloud, que informa que os programas foram escutados, em média, 30 mil vezes por edição. Os produtores falam em uma média de 40 mil *downloads* por episódio.

A rápida popularidade do *Mamilos* não pode ser separada do coletivo em que ele foi lançado. O sucesso do *Mamilos* também está atrelado à popularidade do *Braincast*<sup>22</sup> e do portal B9. O B9, além de ser um portal com conteúdo sobre publicidade e comunicação digital, se transformou em uma rede de *podcasts*, atualmente hospedando 11 programas, entre eles o *Mamilos*. Os *podcasts* da rede são voltados para assuntos de tecnologia, cultura pop, videogames, cinema e ciência. É comum que os apresentadores da rede façam participações nos demais programas<sup>23</sup>. Com mais de três anos de atuação, o *Mamilos* tornou-se mais escutado que o programa que impulsionou a sua publicidade.

As duas apresentadoras afirmam não ter tido nenhuma experiência prévia em produção de *podcasts* antes de lançar o primeiro episódio do *Mamilos*. O interesse de criar o programa teria vindo após a participação das duas no episódio *Braincast 129 – Teste de Bechdel e o papel feminino na ficção*. O programa era dedicado à discussão da representação das mulheres na ficção e as duas eram as convidadas que discutiram a disparidade entre personagens masculinas e femininas nos filmes, séries de televisão, livros e videogames, utilizando o Teste de Bechdel<sup>24</sup> como parâmetro de avaliação.

O episódio de aniversário de um ano do *Mamilos* foi utilizado para recuperar a narrativa das duas criadoras sobre as suas trajetórias, da primeira participação no *Braincast* até o momento de elaboração do *Mamilos*. As duas afirmam que a questão da representatividade e as

---

<sup>22</sup> Apresentado por Carlos Merigo, fundador e editor-chefe do B9, site considerado uma referência em publicidade no Brasil, o *Braincast* é um *podcast* sobre comunicação e publicidade. Os produtores definem o B9 como "uma voz com autoridade sobre criatividade e inovação. Uma janela para o futuro da comunicação, da cultura e da mídia". Com seu foco em tecnologia e publicações de lançamentos e campanhas publicitárias, o blog disputa o sentido de inovação e criatividade em sua área de atuação.

<sup>23</sup> Juliana e Carlos Merigo também apresentam o *Código Aberto*, *podcast* da rede B9 criado em março de 2016 e que tem o objetivo de entrevistar profissionais de grandes corporações atuantes no Brasil, com conversas centradas em publicidade, tecnologia e comunicação.

<sup>24</sup> O teste, criado pela quadrinista americana Alison Bechdel, é uma forma de julgar se há representação feminina nos produtos audiovisuais. Os critérios são ter mais de duas personagens femininas que conversem entre si sobre assuntos que não sejam relacionados a homens.

barreiras para a produção das mulheres no cinema as fizeram pensar nas mesmas desigualdades presentes entre os *podcasts*. A preparação para falar sobre o assunto no *Braincast*, a experiência prazerosa e os comentários positivos após a participação motivaram as duas a criarem o *Mamilos*, para suprir a necessidade de criação de um *podcast* feito só por mulheres em um ambiente masculino.

#### **Mamilos #47: Edição de aniversário**

**PH:** Na minha cabeça vocês eram amigas de infância que dividiam diário. Diário, sabe? “Ai, escreve no meu diário hoje”, sabe? [Risos da Ju e da Cris] Eu jurava que era isso.

**Ju:** Não!

**Cris:** Assim, eu conheci o Merigo logo que eu cheguei em São Paulo; daí eu só fui conhecer a Juliana pessoalmente no casamento de uma amiga, ela já com o Ben, com o Benjamim, o mais velho dela, e a gente sempre teve muitos amigos em comuns, pessoas em comum, mas a gente não era superamiga. Um dia me chama: “Ah, vamos gravar?” Vamo! Puts, fiz uma mega pauta. Na hora que eu chego lá a maluca também com uma mega pauta pra começar o assunto. E nesse dia acho que era o Cris, Merigo, acho que era o Saulo, na época. E aí os caras falaram: “Como assim vocês trouxeram esse monte de coisa?” Não, ué, mas não é pra falar, então? A gente sentou, falou, falou e falou, e o retorno daquele programa, as pessoas falaram: “Muito legal ter mulher no *podcast* falando. Foi muito interessante e não sei o que, tánaná. E uma ouvinte falou assim: “Por que vocês não têm o *podcast* de vocês”?”

**Ju:** Porque na verdade, o programa era sobre teste de Bechdel, né? Que vai questionar por que que não tem mulheres na indústria do entretenimento. Na internet não existe essa barreira. Então se não tem barreira financeira para entrada, se não tem barreira de autorização para entrada... Por que que não tem mulher produzindo conteúdo? Aí eu fiz essa pergunta para Cris e ela falou: Ué, isso é um convite?

[Risos do PH]

**Cris:** Olha isso!

**Ju:** E eu: é, não era. Mas vamos!

**Cris:** Pode ser que seja!

**Ju:** Pode ser que seja! Aí a ideia era tipo, quando a gente gravou, a gente tava muito nervosa vomitando de nervoso. Mas quando a gente saiu a gente pensou: meu, que legal isso! A gente foi picada pelo bichinho naquela primeira gravação.

**Cris:** Foi!

Percebemos que o motivo do seu lançamento, a escolha dos temas polêmicos atrelados à história e à significação do “meme” que inspirou o nome do programa, inserem o *Mamilos* em práticas e formas de sentir contemporâneas que têm, inicialmente, apelo ao que ficou popularmente conhecido como “treta”, o ato de discutir os temas correntes em redes sociais, fóruns de discussão na internet, além da repercussão de artigos em jornais e demais publicações online. Principalmente no seu primeiro ano de lançamento, o feminismo foi um tema recorrente. Até o momento atual ainda aparece como elemento de tensão, principalmente pelo fato das duas se afirmarem como feministas. No momento de seu lançamento, o slogan do programa era "Os memes, trending topics, e polêmicas que circularam na internet durante a semana". Depois de um tempo, o slogan mudou para "Informação com inteligência, humor, respeito e empatia". A partir da edição 44, o slogan mudou definitivamente para o atual "Jornalismo de peito aberto".

Entendemos que as mudanças na definição dos programas estão relacionadas a transformações nas sensibilidades e a adesão gradual aos valores do jornalismo.

Para abordar as sensibilidades articuladas a tecnicidades que entendemos estarem expressas no programa – como sentidos em disputa sobre o feminismo, as “tretas” e as disputas sobre as novas formas de se fazer jornalismo - escolhemos programas listados na *playlist* “Feminismo” do perfil do *Mamilos* no SoundCloud, que reúne os principais programas que as apresentadoras consideram relacionados ao tema, dois programas que são considerados marcos em relação ao posicionamento do programa em relação ao jornalismo, o episódio *Mamilos 25 - Jornalismo, Fachin, igualdade salarial e o lado negro da internet* e o programa *Mamilos 44 – Star Wars, sigilos e prefeito herói*, episódio em que elas “se assumem” como jornalistas e mudam a descrição do programa para “Jornalismo de peito aberto”. Para o entendimento do que se configuram como “tretas” ou, no vocabulário do *Mamilos*, as “Tetas da Semana”, escutamos os programas listados como “Top 10”, programas estes que são considerados pelas duas apresentadoras como ferramentas para os ouvintes “formarem um senso crítico” e entenderem o modo como elas abordam os assuntos. Além dos programas já citados, as três edições de aniversário do *Mamilos*, os episódios *Mamilos 47 - Edição de Aniversário*, *Mamilos 90 – Aniversário, Ocupação nas Escolas e Prisões no Rio de Janeiro* e *Mamilos 128 – Especial 3 anos!*, foram importantes para nos ajudar na interpretação sobre os discursos das produtoras sobre o programa.

A partir dos programas analisados a seguir, tentamos interpretar, com a ajuda dos conceitos teóricos-metodológicos que guiam a dissertação, como o *Mamilos*, tomado aqui como formato industrial, nos ajuda a perceber como opera a mediação da tecnicidade. A mediação da tecnicidade nos ajuda a ver como a linguagem sonora é utilizada neste *podcast* em articulação com sensibilidades contemporâneas. Entendemos que os esforços de linguagem utilizados pelo *Mamilos* também expressam valores e discursos sobre a tecnologia e sobre as sensibilidades valorizadas neste *podcast*. O conceito de historicidade nos ajuda a entender como o uso da linguagem sonora no *Mamilos* faz parte de um movimento contínuo de transformação e continuidades dos *podcasts* em relação ao rádio e aos próprios *podcasts* em sua história.

#### **4.2.1 Reconhecimento: sensibilidades articuladas aos feminismos contemporâneos**

Discursivamente, o *Mamilos* sustenta a sua diferenciação em relação aos demais *podcasts* por serem comandados por duas mulheres que se declaram feministas em um ambiente de consumo e produção majoritariamente masculino. Em pesquisa feita por Kris Markman

(2012) entre produtores de *podcasts* de língua inglesa, 88% dos *podcasters* eram homens. No Brasil, não há levantamento semelhante sobre os produtores, mas na última pesquisa realizada com ouvintes, a PodPesquisa 2014, 87% dos respondentes eram homens, com média de 25 anos de idade. Apesar de já terem afirmado que a maioria de seus ouvintes também são homens, o apelo retórico do *Mamilos* é de que ele é um *podcast* com o qual, finalmente, as mulheres conseguem se identificar.

#### **Mamilos 47: Edição de Aniversário**

**Juliana:** *Podcast* acaba sendo uma cultura, um hábito. E como uma coisa é um pouco rara. Porque a maior parte das pessoas não sabe nem o que que é, como que faz ou do que se alimenta, então o cara que escuta *podcast* quer compartilhar aquilo com a namorada dele. E por mais que ele tenha apresentando vários, ela nunca gostou, nunca viu a graça e ela tipo, não consegue entender o que ele tanto vê nessa mídia. [PH: Nesse negócio.] E aí de repente, daí de repente, quando ele mostra pra ela o *Mamilos* e ela se apaixona, isso é uma coisa que o cara escreve pra gente falando: “Caralho, finalmente. A gente compartilha isso, sabe”.

A ligação delas com assuntos relacionados ao feminismo é constante no primeiro ano do programa – com temas como aborto, parto, regulação do corpo das mulheres, violência contra a mulher, relacionamentos abusivos e cultura do estupro – e continua ao longo dos anos a partir da reafirmação delas como mulheres feministas. A desigualdade de gênero, citada no aniversário de um ano do programa como elemento motivador da criação do *podcast*, foi debatida como aspecto central da edição *Mamilos 15: Feminismo, Glass Lion, Gladiadores do Altar e vazamentos*, em que as apresentadoras afirmam que precisam “tirar o elefante da sala” e falar abertamente sobre o assunto.

#### **Mamilos 15: Feminismo, Glass Lion, Gladiadores do Altar e vazamentos**

**Juliana:** O feminismo está em todos os lugares, mais uma vez está ganhando protagonismo. Esse programa é pra quem está achando tudo chato. (...) Nem que eu quisesse eu conseguiria fingir imparcialidade. Estou do outro lado do rio, é pra construir uma ponte e se encontrar.

O tom da conversa desse episódio está conectado a discursos hegemônicos sobre o feminismo presentes nos meios de comunicação e produtos culturais contemporâneos, em que as demandas são enquadradas a partir da necessidade de um empoderamento individual que, na maioria das vezes, se realiza no consumo, como é o caso do episódio *Mamilos 26 – O feminismo de Mad Max, Magnum, GoT e podcasts no Spotify*, em que os convidados elogiam o filme *Mad Max* por seu papel de representação e visibilidade. Essa tendência é expressa também na escolha das convidadas para participar do primeiro programa sobre feminismo. A escolha das convidadas Thais Fabris, fundadora da 65/10, uma consultoria para agências de publicidade que

querem se comunicar com o público feminino e criadora de uma “cerveja feminista”, e Itali Collini, que se define como “economista, feminista e empreendedora” são sintomáticas sobre a adesão a uma tendência contemporânea do movimento de mulheres que se alia aos esforços neoliberais de construção de uma sociedade de livre mercado (FRASER, 2013, s.p).

Com raízes nas preocupações do movimento feminista da década de 1960, que politicamente introduziu o “pessoal é político”, a política do reconhecimento ou política da identidade, assim como entendida por Nancy Fraser (2007), é o que conduz a articulação entre linguagens e sensibilidades relacionadas ao feminismo no *Mamilos*. Para Fraser (2007), esse movimento vem de uma perspectiva antieconomicista que se inicia com a tentativa de descentralizar os debates intelectuais da perspectiva exclusiva da luta de classes, o que ao longo do tempo ressignificou os imaginários políticos ao trazer as questões culturais para o primeiro plano (FRASER, 2007, p. 293). Importante historicamente para ampliar as disputas políticas para além do aspecto econômico e incluir lutas feministas como as transformações no trabalho doméstico, a liberdade sexual e o acesso a direitos reprodutivos, a ênfase em privilegiar a crítica à valores culturais em detrimento da busca por transformação do sistema econômico desdobrou-se num cenário de neoliberalismo e abandono dos ideais de equidade social expandido da fase socialista (FRASER, 2007, p. 296). “A tendência foi subordinar lutas sociais às lutas culturais, a política de redistribuição à política do reconhecimento” (FRASER, 2007, p. 297). Essa tendência, para a autora, não está relacionada apenas ao movimento feminista e está presente em quase todos os movimentos sociais, progressistas e chauvinistas, evidente na ascensão da política de identidade contemporânea articulada à ascensão do neoliberalismo. “Relacionada, por um lado, à queda do comunismo e, por outro, à ascensão do neoliberalismo, essa ‘mudança da redistribuição para o reconhecimento’ (como eu designei) é parte de uma transformação histórica de maior escala associada à globalização” (FRASER, 2007, p. 298).

Em relação às linguagens, articuladas a partir da mediação da tecnicidade, esses valores se expressam com a presença das apresentadoras e de convidadas que se afirmam feministas ou desenvolvem trabalhos voltados para mulheres, inscrevendo o feminismo numa perspectiva temática e também biológica, pois é a partir das vozes femininas no programa que essas sensibilidades são expressas em termos de linguagem. Os valores de empatia e respeito, considerados pelas produtoras como guias para o tratamento dos temas no *Mamilos*, inclusive, são aspectos dominantes do que está atrelado a uma ideologia da feminilidade que relaciona as mulheres aos sentidos de conciliação, construção atrelada historicamente aos papéis das mulheres como donas de casas amáveis e parceiras dos seus maridos (DAVIS, 2016, l. 222-223).

Motivadas por uma afirmação e reconhecimento do trabalho feminino entre os *podcasters*, o *Mamilos* defende retoricamente um feminismo voltado para a política do reconhecimento e identidade afirmando-se como um elemento diferente no cenário de *podcasts* brasileiros. Os *podcasts* são frequentemente descritos como uma mídia mais pessoal e alternativa por seu foco na subjetividade, pela independência dos produtores no processo de produção, pelas possibilidades de inovação por meio da linguagem, se configurando como uma oportunidade de desafiar a dinâmica da mídia comercial em relação à democratização, representação e acessibilidade (HEISE, 2015). As escolhas técnicas e as formas de fazer do *Mamilos* expressam o valor de que o reconhecimento e a visibilidade proporcionada pelos meios de comunicação na internet já se configuram, por si mesmos, como motores de transformação para as desigualdades vividas pelas mulheres.

#### **4.2.2 A “Teta da Semana” como expressão das tretas cotidianas na internet**

Podemos definir “tretas” como interações sociais mediadas pelas tecnologias, principalmente de caráter político, com o frequente tratamento dos conflitos através da transformação dos interlocutores em potenciais aliados ou adversários nas disputas discursivas (CARVALHO, 2017, p. 347). No fenômeno das “tretas” que presenciamos no nosso cotidiano na internet, percebemos como a mediação da tecnicidade é um importante catalisador das interações sociais que operam em dinâmicas mais acaloradas do que as interações face a face. É comum a interpretação de que comentários e discussões na internet são acalorados por deixarem as polaridades evidentes e permitirem que os insultos se tornem mais recorrentes do que aconteceriam em discussões presenciais. Areladas ao sentido de “treta” estão também os assuntos do momento que geram polaridades e opiniões diversas motivadas ou potencializadas por notícias, artigos de opinião e acontecimentos.

Entendemos a “treta” como um importante elemento de tecnicidade fundador dos modos de construção do *Mamilos*. Na primeira fase do programa, o slogan "Os memes, trending topics, e polêmicas que circularam na internet durante a semana" antecipava que os assuntos discutidos no programa seriam aqueles que estavam em evidência na internet, principalmente nas redes sociais, com a referência à ferramenta de “Trending Topics” do Twitter, que indica quais são as palavras e temas mais comentados do momento. A escolha demonstra o caráter central que as práticas e percursos que as pessoas fazem online eram elementos configuradores das temáticas, vocabulário e modo de endereçamento do programa. Em termos de tecnicidades, por ser um *podcast*, um programa que para ser consumido a conexão com a internet é necessária,

presume-se dos ouvintes que não só tenham o hábito e a habilidade de utilizar o formato, mas, por fazer isso, sejam usuários das demais redes sociais e consumidores das principais informações que circulam online.

A atenção aos assuntos que mais tiveram visibilidade nas redes sociais é o que inaugura o programa no episódio *Mamilos 1 - Bundas, traições, complexo de Deus e cometa*, em que assuntos como o ensaio fotográfico nu da celebridade Kim Kardashian, a notícia sobre a traição do humorista Marcelo Adnet a sua namorada Dani Calabresa e o caso em que a agente de trânsito da lei seca Luciana Tamburini foi condenada a pagar uma indenização a um juiz que foi parado numa blitz sem a carteira de habilitação foram discutidos com a mesma hierarquia do que a notícia de que a NASA enviou uma sonda para um cometa e as lembranças que os convidados tinham da passagem do cometa Halley nos anos 1980.

No segundo programa, *Mamilos 2 - Precisamos falar sobre aborto, Uber, Lollapalooza*, começa a se configurar a estrutura e direcionamento que o *Mamilos* dará para as “tretas” ao longo do programa, com a escolha de um tema principal que repercutiu durante a semana, que seria nomeado a partir do episódio 10 como “Teta da Semana”. A “teta” do *Mamilos* dura a maior parte do programa e vem na sequência do *Trending Topics*, que são os comentários mais rápidos ainda sem os convidados que irão compor a meda de debate. No segundo episódio, o tema é aborto, motivado pela “treta” da semana, disparada quando a revista TPM divulgou uma capa com a frase “Precisamos falar sobre o aborto”. A presença do ator e comediante Gregório Duvivier em uma das capas gerou discussões sobre o papel dos homens em relação ao tema.

A conversa começa com os participantes da mesa Cris Bartis, Juliana, Carlos Merigo e Luiz Yassuda, esses últimos dois convidados sem vínculos institucionais com o assunto, contando suas posições sobre o aborto: se optariam, em quais situações, e a quem caberia decidir. A partir dos posicionamentos pessoais, os quatro começam a discutir de uma maneira geral, apresentando dados, em um discurso que oscila entre o âmbito pessoal, o que eles fariam, e o que o "outro lado" pensa: o que significa o aborto para religiões e pessoas que são contrárias. As apresentadoras buscam apresentar o ponto de vista daqueles que são contrários ao aborto, tentando expor duas visões diferentes, mas sem apelar para a objetividade, pois é notório durante o programa a apresentação de argumentos a favor da descriminalização do aborto no Brasil e a defesa da liberdade de escolha das mulheres sobre o assunto. Após o tema aborto, outras “tretas” debatidas foram a pena de morte, liberdade de expressão, o atentado contra o jornal Charlie Hebdo, na França, e assuntos com ligação com a atualidade.

Para as criadoras do *Mamilos*, a decisão de utilizar as “tretas” e as polêmicas que estavam mais presentes na internet como mote do programa foi tomada após o momento de

polarização do país após as eleições de 2014, em que discursivamente o Brasil estava dividido entre os “coxinhas” e os “petralhas”. A intenção, em vez de discutir e se posicionar sobre os assuntos, é uma tentativa de apaziguamento das diferenças, com a tentativa de mostrar que os dois lados de uma discussão têm pontos válidos, mesmos que opostos, o que elas chamam de “criar pontes”.

### ***Mamilos 47: Edição de aniversário***

**Ju:** (...) Então assim, esse discurso polarizado tava me incomodando muito. Quando a gente começou o *Mamilos* foi logo depois das eleições, então eu me fazia muito questionamento de assim, eu tava perdendo amigos ou assim... Deixando de querer bem pessoas pelas opiniões que elas colocavam na *timeline*. E aí eu fiquei, parei muito pra pensar sobre isso porque, assim, cara, pera, só um pouquinho, será que tá certo, tipo, “ah, mas eu não preciso ser amiga desse tipo de gente.” E aí eu fiquei, será que a gente não tá ficando cada vez mais intolerante? E isso tava muito na minha cabeça quando a gente criou o *Mamilos*. Então isso acabou indo muito pro *Mamilos*, a gente quase todo programa fala sobre tolerância. Sobre calma, escuta, escuta além do que o cara disse, escuta o que ele quis dizer. Vai até onde ele tá e olha as coisas do jeito que ele vê, pra você entender ele também. Então tem muito a ver com o nosso momento de vida também. O *Mamilos* reflete o que eu e a Cris somos. E assim, eu não sou a senhora da verdade, sabe. Eu não sei, eu não tenho todas as respostas. Então não sei, até pra coisas que eu acho, tenho, sei lá, uma opinião muito forte a respeito, não é por causa disso que eu acho que ninguém mais pode ter opinião, entendeu, não me ofende você ter uma opinião diferente da minha, entendeu. Eu não sei, eu, eu até hoje não teve (sic) nenhum convidado que me ofendeu ou que eu achei uma bobagem o que ele falou. Eu sempre vejo argumentos válidos, ainda que eu não concorde, mas pra mim são argumentos válidos, eu não me arrependo de ninguém que a gente levou aí, entendeu (sic)?

A tentativa de construir esforços para articular a tecnicidade da “treta” na linguagem sonora é feita no *Mamilos* a partir da construção de uma mesa de debate que é permeada pela escolha de convidados que possam dar visões opostas sobre um mesmo tema. A cada programa, repetem-se os mesmos quadros já descritos, intercalados com vinheta de abertura e trilha sonora, que servem como divisões de blocos e *background* sonoro. A estrutura do debate é feita através da presença em estúdio de pessoas que, mesmo que não tenham vínculo institucional e representem uma opinião pessoal, como foi no caso do aborto, se expressam a partir do esforço das duas apresentadoras para expor opiniões contrárias correntes na sociedade.

Apesar da “treta” na internet ser expressa discursivamente como momentos de tensão e disputa do cotidiano, o *podcast* trata os assuntos que foram polêmicas durante a semana com outro tipo de ênfase. A partir do segundo episódio, elas põem em prática o que será expresso na segunda definição do programa: “Informação com inteligência, humor, respeito e empatia”. As polêmicas são tratadas, então, com o apelo para o que elas consideram uma abordagem que traz empatia, tolerância e inteligência em contraposição à intolerância, à incapacidade de ouvir e discutir com respeito, que as apresentadoras consideram prevaletentes na internet.

Elas consideram que um programa é falho quando não conseguem mostrar o apaziguamento – e as opiniões ficam polarizadas, como foi o caso do episódio *Mamilos 24 - Transgênicos, Toren, Boko Haram, Bebê real*, sobre transgênicos, em que os extremos como a demonização dos transgênicos em oposição à romantização dos produtos orgânicos foram apontados pelas apresentadoras e pelos ouvintes como pontos negativos da discussão. Dessa forma, a treta da semana, no *Mamilos*, é configurada como uma “antitreta”, a partir do interesse de aproximar os opostos e apaziguar. Como podemos ver na descrição do programa sobre a Operação Lava Jato e no posicionamento de Juliana sobre a situação política na Venezuela:

#### ***Mamilos 60 – Operação Lava Jato***

**Cris:** O objetivo do *Mamilos* em cada programa sempre é aproximar pessoas, construir pontes. Se você tem certeza, não escute esse programa. Independente da opinião, existem muitos canais que você pode procurar em que suas certezas vão ser reforçadas e ainda embasadas. Conteúdos contundentes, que só vão aumentar a sua exasperação por ainda existir debate em torno de um tema que parece tão óbvio e claro. Pare, e busque esse conteúdo. Hoje, esse programa só pode ser útil pra quem não tem certeza, não acha que o tema é óbvio e precisa entender melhor o que é que tá acontecendo (...).

Há um investimento afetivo em algo que é tido como negativo e ao qual o *Mamilos* é apresentado como antídoto: a conversa rasa e a polarização sem diálogo serão evitadas através do debate, com a necessidade de investimento de tempo em assuntos que não são necessariamente positivos ou prazerosos, mas que precisam ser discutidos. A discussão do *Mamilos* é pedagógica no sentido em que enquadra também a maneira como a discussão deve se dar, em um movimento que busca trazer legitimidade ao modo *Mamilos* de abordar as tretas cotidianas.

#### ***Mamilos 115 - Venezuela em convulsão***

**Juliana:** Mas o que eu acho, o que eu vejo como uma saída que não é pra agora, mas é que assim, o diálogo é o caminho pra mim, a democracia é o caminho, que a gente consiga debater sem inviabilizar o outro, sem invisibilizar o outro, sem desumanizar o outro, que a gente consiga resolver os nossos conflitos conversando e não na rua. [Voz embargada] E eu acho que pra mim foi bem emocionante ler sobre a Venezuela porque tem muitos pontos parecidos com o Brasil, porque eu ouvi em momentos exasperados assim de pessoas próximas: “Ai, então tem que ir pra rua mesmo, tem que ir. Não tem jeito. Não nos escutam, dão golpe, então é guerra civil.” (...) Então eu vejo isso na Venezuela também, a única saída, a única saída possível que não seja aniquilação dos dois é que exista pontes, que exista o respeito pela democracia; que se comece pelo seu lado. Então eu vou andar direitinho, se você for fazer tudo errado, mas eu vou andar direitinho e eu vou abrir pontos de diálogos e eu vou aceitar que você existe e eu vou te entender e eu vou buscar um diálogo empático que entenda. Tá, eu sei onde você quer chegar, eu valoro onde você quer chegar, a gente tem diferenças de como atingir, vamos lidar com essas diferenças. A única saída que eu vejo da Venezuela é a mesma saída que eu vejo pra gente.

Podemos ver que o movimento de buscar dar expressão a uma tecnicidade atual, a “treta”, o ato de debater com amigos ou desconhecidos na internet, é feito através do recurso a

linguagens já reconhecidas na memória visual e auditiva, com o apelo para a roda de debates, presente nas matrizes culturais do rádio e da televisão. Para Ferraretto (2014), a mesa redonda é um dos formatos mais consolidados do rádio, e se configura com a participação de convidados que expressam a suas opiniões, um tipo tradicional de programa radiofônico que aprofunda temas atuais, e é dividido entre painel e debate. No caso do debate, "a produção do programa busca pessoas com pontos de vista conflitantes, colocando-as frente a frente, objetivando a proporcionar o conflito de opiniões" (FERRARETTO, 2014, s.p).

No início do *Mamilos*, percebemos que a construção do debate não é feita através da escolha de convidados que se apoiam em discursos institucionalizados. Por impossibilidade, o programa não recorre a especialistas ou instituições. Os debates são construídos com pessoas mais próximas, amigos, conhecidos, outros *podcasters*, ou pessoas que têm visibilidade na internet. Esse movimento reproduz, na escolha das fontes, uma relação com tecnicidades presentes na internet, como a informalidade. A partir do quinto programa, as apresentadoras comemoram o fato de que através da colaboração dos ouvintes no Twitter uma professora de história é convidada para debater sobre os desafios da democracia. A relação com os ouvintes e a procura de fontes com aval institucional ou profissional para o debate das “tretas da semana” inauguram um movimento duplo: a maior institucionalização das fontes e o início da colaboração dos leitores que culminará na formação de uma comunidade, inserção dos ouvintes no processo de produção das pautas e posterior financiamento coletivo do *podcast*.

#### **4.2.3 A institucionalização da “treta”: adesão ao jornalismo**

O processo de institucionalização do *Mamilos* acompanha a sua popularização e a capacidade crescente de reunir fontes que representem coletivos profissionais, associações ou profissionais de referência em suas áreas de atuação. Em paralelo a esse movimento há a defesa da necessidade de “um outro jornalismo” em contraposição a um jornalismo que menos informa e mais tenta defender interesses próprios. A internet é tida como uma ferramenta que permitiria a construção desse outro jornalismo e o *Mamilos* é considerado pelas criadoras como uma das possibilidades de construção. Vemos, então, a expressão de sensibilidades relacionadas ao jornalismo e as disputas decorrentes desse posicionamento, que operam nas linguagens a partir da mediação da tecnicidade.

A relação do *podcast* com o jornalismo opera através de tensionamentos sobre a própria definição do que é o jornalismo, quem pode exercê-lo e qual é o papel da imprensa e dos meios de comunicação. A adesão ao jornalismo se fez posteriormente à consolidação do programa,

somente após o episódio intitulado *Mamilos 44: Star Wars, sigilos e prefeito herói*. No momento, a justificativa para a troca do slogan, que era "Informação com inteligência, bom humor, respeito e empatia" foi justificada porque "o meme fica velho". "Resolvemos sair do armário e criamos uma *tagline* para o programa. (...) Jornalismo de peito aberto", diz Juliana no episódio 44. Posteriormente, na edição especial de um ano, no entanto, elas elaboram um motivo para "se assumirem" como jornalistas:

#### **Mamilos 47 - Edição de Aniversário**

**Ju:** É, mas assim, é uma coisa que demanda um... A gente não sabia, PH, quando a gente... A primeira vez que a gente escutou a palavra jornalismo foi o dia que a gente fez um programa sobre jornalismo, já era, sei lá, o 23, [Mamilos #25] e aí a gente convidou dois jornalistas, e eles falaram "caralho, isso que cês fazem é jornalismo", e a gente "magina, a gente é publicitária, não sabe fazer nada disso..."

**Cris:** Nossa, os caras... Os caras assim, tatuaram isso, eles ficavam o tempo todo: "se isso não é jornalismo, o que que é?" Sabe, cutucaram muito a gente com isso.

**Ju:** E a gente assim, não, pera, a gente não tá, a gente tá aqui, sabe, é uma brincadeira, isso aqui é o nosso lado B, um jeito da gente se expressar, mas imagina, jornalistas, sabe... A gente simplesmente vai lá, estuda quais são os pontos positivos, quais são os pontos negativos, é, reflete sobre as opiniões, sobre...

**PH:** OK, isso é jornalismo. (Risos)

**Ju:** Aí ele falou: "é, isso é jornalismo." A gente: "não, mas imagina, a gente nunca estudou nada disso, eu nunca tive uma aula, um workshop de jornalismo, como é que eu posso falar que eu faço isso", eles: "não, isso é jornalismo. Inclusive é melhor do que a maioria do que tá aí no mercado."

**Cris:** Não, foi tipo tapa na cara da realidade esses convidados, assim, eles zoaram muito a gente. "Ah, então cês não vão se assumir?", sabe...

A disputa do *Mamilos* sobre o jornalismo é expressa também na necessidade de afirmarem que irão "sair do armário", um movimento estimulado pelo próprio processo de configuração do campo que constrói formas de legitimação de quem pode ou não exercer a profissão. Esse debate é característico não dos ouvintes, ao menos isso não é expresso com comentários adicionados ao programa, mas aparece como ponto de tensão sobre a necessidade ou não de um diploma para a prática jornalística ou se o *Mamilos* segue o código de ética da profissão (NÓBREGA et al., 2015, p. 314)<sup>25</sup>. Dessa forma, o *Mamilos* insere-se num ambiente de disputa política em que o exercício da profissão deixa de ser exclusivo daqueles que possuem um diploma, a partir da decisão do Supremo Tribunal Federal (STF).

De outro lado, o tensionamento sobre o jornalismo se faz dentro do programa, em críticas a meios de comunicação que não estariam cumprindo o papel designado do jornalismo

---

<sup>25</sup> O artigo "Podcast Mamilos: uma nova forma de fazer jornalismo?" discute através das teorias do jornalismo, as discussões sobre a necessidade do diploma para exercer a profissão e do Código de Ética do Jornalismo se o *Mamilos* pode ser considerado uma nova forma de jornalismo. A conclusão que os autores chegam é de o *Mamilos* "se posiciona a favor dos direitos expressos na Declaração Universal dos Direitos Humanos, o que é *sine qua non* para a execução do jornalismo" (NÓBREGA et al, 2015, p. 314).

na sociedade: filtrar as informações, ajudar a ver o que é relevante, separar o que é verdade do que não é verdade, separar o que é imprescindível à discussão, um movimento que insere o *Mamilos* na sua posição de disputa sobre essas sensibilidades relacionadas ao jornalismo. Essa retórica está presente também na definição dos quadros e na constante diferenciação que as duas fazem ao longo dos programas sobre informação, debate e opinião. O quadro que abre o programa depois da participação dos ouvintes, o *Trending Topics*, é descrito como o lugar para as duas expressarem suas opiniões, em oposição à *Teta da Semana*. "Vocês sabem que o *Trending Topics* não é um quadro pra mapear a polêmica e mostrar todos os pontos de vista. Não é a Teta da Semana, tá? O *Trending Topics* é um quadro opinativo", como explicam no *Mamilos 29 – Amores acima de qualquer polêmica*.

Apoiado em suas matrizes culturais de programas de debate, em que a conversação e o debate são práticas para a formulação e expressão da opinião pública, baseados na razão e argumentos (SILVA, 2011, p. 1), vemos que o *Mamilos* oscila entre uma visão de debate público com o objetivo de trazer benefícios e proteger a democracia, com a apresentação de dados, na tentativa de elaborar verdades sobre o assunto, e uma perspectiva mais emocional. Dessa forma, argumentamos que o *Mamilos* negocia com valores do jornalismo e da constituição de uma esfera pública, mas o faz diminuindo as barreiras no que Peter Dahlgren diz ser a separação feita pelo conceito habermasiano de esfera pública em que razão, argumentação, objetividade, informação, conhecimento, de caráter público, estariam contrapostos à esfera privada, relacionado ao pessoal, sensível, prazer e entretenimento (SILVA, 2011, p. 5). Isso é feito, tanto na escolha dos participantes, quanto na retórica de narração e apresentação do programa: "Respira fundo, deixa a poeira da intolerância na porta e abre o coração e a mente pra explorar com curiosidade diferentes visões e argumentos", como é explicado na edição *Mamilos 102 - Empatia e População de Rua* e nas opiniões de Juliana sobre o posicionamento da igreja católica sobre o aborto:

**Mamilos 91: Argentina, Papa e o Aborto, Chikungunya**

**Ju:** É, mas aí, é por isso que eu falo, eu me irrito de ter que escutar essa pessoa [o Papa] por conta de tudo que já se teve em nome da Igreja Católica, me irrita ter que debater com essa pessoa essas coisas [o direito ao aborto], eu preferia não ter que debater, que ele não fosse relevante, que o que ele dissesse sobre o aborto não fosse relevante no mundo. Só que aí tem o esforço de sair da minha bolha ridícula de pequena e entender o quanto as pessoas no mundo são regidas pelo que esse cara fala, o impacto que o que esse cara fala tem, e o impacto positivo que tem quando ele decide, apesar do lugar que ele sai, apesar de todos os custos grandes políticos, pessoais, o risco de se expor, tal, quando ele decide fazer, dar esse passo de encontro, sabe, porque é muito isso, entre o que as pessoas querem, entre o que ele pode dar, ele fez um passo gigantesco de encontro, ele fez um passo gigantesco de diminuir tensões assim.

Entendemos que a questão da personalidade e da retórica da informalidade estão relacionadas a sensibilidades contemporâneas, uma tendência que o jornalismo contemporâneo constrói com esforços de linguagem para aproximar os seus mediadores e os programas com o público. Ao disputar a narrativa de construção desse outro jornalismo, o movimento que o *Mamilos* faz em torno das linguagens e dos discursos é se afiançar com o que há de mais tradicional na configuração do jornalismo como formação da esfera pública, de um lado: a tentativa de separar o que é fato de opinião, à crescente utilização de fontes institucionalizadas na medida em que o programa ganha prestígio, e a centralidade do debate de ideias como estratégia de construção de uma opinião qualificada. De outro, o tratamento informal em termos de linguagem e inserção da vida cotidiana das mediadoras nos debates, está em consonância com aproximações que o jornalismo das grandes corporações já faz, imprimindo marcas de intimidade em sua programação, também nos programas de entrevistas e debates, um recurso comum à linguagem televisiva como retórica de aproximação de conversas da vida cotidiana como elemento de autenticidade (SILVA, 2010, p. 2). Em termos de linguagem, a promessa de outras práticas jornalísticas não se cumpre. Entendemos a partir da análise do *Mamilos*, que o jornalismo profissional se configura como uma importante mediação de institucionalidade que define os modos de fazer da construção dos programas.

#### **4.2.4 Tecnicidades e a cultura colaborativa da internet**

O *Mamilos* também se aproxima das ideias de cultura colaborativa e de jornalismo participativo que se configuraram como mais uma das promessas de transformação proporcionada pela internet (SCHMITT et al., 2008). O *podcast* adere a uma retórica de colaboração que está presente nos discursos sobre a internet e na criação de conteúdo feito por produtores que não têm vínculos institucionais com grandes corporações de mídia. A partir do crescimento da popularidade do programa, a equipe composta pelas apresentadoras e pelo editor – o que se configura como estrutura dominante dos *podcasts* analisados – foi ganhando a adesão de voluntários. Atualmente, é composta por três moderadores de redes sociais, 34 no suporte da elaboração das pautas e 22 pessoas fazendo as transcrições do programa, equipe chamada de *Mamilândia*, segundo dados apresentados na edição *Mamilos 128 - Especial 3 anos*.

O movimento de colaboração é feito a partir de esforços de linguagem mais marcadamente no episódio *Mamilos 128 - Especial 3 anos*, em que ouvintes, colaboradores da pauta e voluntários da *Mamilândia* enviaram áudios para o editor Caio Corraini organizar um programa especial de 50 minutos em que as apresentadoras Juliana e Cris não estão presentes,

e os ouvintes e voluntários compartilham as suas impressões e vivências pessoais relacionadas ao *Mamilos*. Marcada pelo apelo à emotividade, além da celebração de números e marcos do *podcast*, como prêmios e participação em palestras e no programa *Conversa com Bial*, os depoimentos demonstram como a colaboração do *Mamilos* significa, para essas pessoas, a construção de um projeto único, com grande influência nas suas próprias vidas e na vida dos demais ouvintes.

A cultura colaborativa é um valor que as apresentadoras tentam encaixar discursivamente e nas práticas do programa, principalmente com a criação, desde o segundo episódio, do "*Fala que eu te escuto*", um quadro em que comentários feitos por ouvintes são lidos pelas apresentadoras. Por sugestão dos ouvintes, o quadro foi renomeado para "*Fala que eu discuto*". Esses comentários elogiam, criticam e são importantes para alimentar o sentido de comunidade entre os ouvintes e os produtores. Após a leitura dos comentários, é comum que Juliana ou Cris digam algo como "*Mamilos, melhores ouvintes*", um recurso que é um bordão das duas e do programa, mas também está conectado a formas de expressão características de comentários de internet.

### **Mamilos 89 – Trump, e agora?**

**Ju:** E o *Fala que eu te escuto*. A gente pinçou alguns comentários mas foram bastantes e, olha, que orgulho dos melhores ouvintes viu? Por que quando a gente tava gravando a gente falou “Olha, saiu um *Mamilos* de raiz. Esse aí vai desagradar a gregos e troianos”. Porque ele ficou bem polêmico, com informações difíceis de ouvir para ambos os lados. E qual foi o nosso espanto, que já não deveria ser espanto nesses dois anos de convivência, do quanto que vocês foram maravilhosos e acolheram as reflexões, e realmente fizeram muito bom proveito desse programa, e fizeram críticas construtivas. Vamo lá, o Jonas Prado disse: “Sou contra a PEC por motivos parecidos com os da Ju, mas o Pedro me apresentou argumentos muito bons a favor dela. Era isso o que eu mais queria aqui no programa. Tragam ele pra outros programas, pessoal. Programa fabuloso, como de costume”.

Caracterizar o *podcast* como uma mídia mais próxima dos ouvintes é comum na literatura sobre o assunto e no discurso dos produtores, em que gravar *podcasts* é considerado um novo processo midiático que permite formas particulares de interação (PRIMO, 2005), tanto na forma de escolher os programas, porque os ouvintes buscam somente informações de seu interesse (LOPEZ, 2010, p. 133), quanto nos processos de interação e *feedback* do público, considerados um dos motivadores para a criação de *podcasts* e um dos principais motivos para a continuação da produção em longo prazo (MARKMAN, 2012). As barreiras quebradas entre consumidores e produtores não operam de fato, afinal, são as apresentadoras e editores que selecionam e leem o conteúdo que, efetivamente, constituem os *podcasts*. Mas essa aproximação entre as duas instâncias é um elemento configurador da estratégica retórica do programa, e do modo de endereçamento do *Mamilos*, o inscrevendo em uma narrativa maior,

já existente: de que a internet permitiria essa interação e participação entre produtores e consumidores.

Os episódios são frequentemente motivos de discussões na página oficial do *Mamilos* no Facebook, e essas informações podem voltar a fazer parte do programa seguinte ou de programas futuros. Quando um programa causa muita controversa ou críticas, o quadro "*Fala que eu te escuto*" ganha destaque, aumentando seu tempo de duração. Como é o caso do programa *Mamilos 25: Jornalismo, Fachin, igualdade salarial e o lado negro da internet*, em que o programa anterior, *Mamilos 24: Transgênicos, Toren, Boko Haram, Bebê real*, foi criticado, tanto pelos ouvintes quanto pelas apresentadoras, por apresentar uma discussão polarizada sobre o assunto principal, transgênicos.

### **Mamilos 25: Jornalismo, Fachin, igualdade salarial e o lado negro da internet**

**Juliana:** O que é importante ressaltar é que não conseguimos como a gente procura fazer, a gente sempre pesquisa, estuda, destrincha uma polêmica, entende quais são os principais argumentos de um lado, quais são os principais argumentos do outro, não ouve tempo para fazer isso dessa vez, então, a gente saiu da gravação pensando, putz, cada um falou o que queria e a gente não pressionou (...). Porque a gente normalmente consegue fazer um questionário muito melhor, a gente faz quase uma acareação do convidado aqui. Não rolou.

**Cris:** Foi esse programa que fez, pela primeira vez, questionar, mesmo, até onde vai o nosso compromisso com a periodicidade do programa, versus qual é o nosso padrão de conversa, o padrão *Mamilos* de conversa. Como nós trabalhamos com pautas quentes, é tudo muito corrido, todo mundo sabe disso, a gente trabalha com altíssimo fator VDM, que é o fator Vai Dar Merda.

**Juliana:** O que a gente ficou se questionando é o que dói mais, se é não colocar o *podcast* no ar, deixar vocês na mão uma semana, ou colocar um programa no ar, que para sempre vai tá lá, e não é o que a gente gostaria que fosse, não tem a qualidade que a gente gostaria?

**Cris:** Dessa vez a gente colocou, mas numa próxima a gente não sabe não. Numa boa? A gente queria saber a opinião de vocês.

**Juliana:** É verdade. Deem seus pitacos. Era bom ter matado esse programa? Era bom ter cancelado tudo?

**Cris:** O Cláudio resume muito bem o episódio Ele falou que foi: êee, hã? ihh... Não tem como ser melhor, foi meio isso.

O tema se estendeu até o *Mamilos 26: O feminismo de Mad Max, Magnum, GoT e podcasts no Spotify*, em que as apresentadoras leram as respostas dos ouvintes para o questionamento do programa anterior, se era necessário ter desistido do programa que não estava com a qualidade que elas julgavam condizente com a proposta do programa. Esse movimento também é marcado por um apego a uma matriz cultural da grade e da periodicidade. Mesmo debatendo o assunto e publicando um episódio que, segundo elas, não era de qualidade, elas disputam a necessidade de manutenção da grade de programação.

### **Mamilos 26: O feminismo de Mad Max, Magnum, GoT e podcasts no Spotify**

**Quadro:** *Fala que eu te escuto*

**Cris:** Já conhecendo a generosidade de vocês, já esperávamos que teríamos bastante retorno, mas, ó, dessa vez foi uma enxurrada mesmo. E ficou mais ou menos assim: a esmagadora maioria pediu que colocássemos o programa no ar mesmo assim. Uma parcela pediu para que a gente fizesse pelo menos uma parte do programa, a parte do início, do TT (Trending Topics), e descartasse a Teta (da Semana), realmente se a gente julgasse que não era melhor, e bem pouquinhos pessoas pediram pra gente realmente não colocar o programa no ar, o que comprova a tese que eu e Juliana somos mesmo nossas maiores críticas. Como bem disse a Gabriela Secom, os ouvintes do *Mamilos* não são qualquer ouvintes, ou seja, vocês coloquem no ar que a gente digere. A Raila citou sua professora dizendo que a imparcialidade é improvável, mas a honestidade, não. E, por isso, nós devemos seguir. Já a Ane, que é a nossa primeira e querida incentivadora, concluiu que, não deixamos de mostrar os dois lados, e acender nas pessoas a vontade de saber mais sobre o tema, então, ela não entende porque a polvorosa, já que o objetivo foi alcançado. E o Fábio Braga arrematou dizendo feito é melhor que perfeito. Qual a nossa conclusão?

**Juliana e Cris:** *Mamilos*, melhores ouvintes.

A participação do público no *Mamilos*, apesar de estar envolto em um discurso da cultura participativa da internet, não é novidade na cultura midiática brasileira. Nas origens do rádio brasileiro, os programas eram muitas vezes gravados em um auditório, como o show de calouros de Ari Barroso, na Rádio Tupi, a partir de 1945, com grandes orquestras de estúdio e de auditório (VAMPRE, 1979, p. 93). Mesmo no rádio, o aumento da participação dos ouvintes vem sendo discutido como um fenômeno que se intensificou com a popularização do telefone no Brasil, a partir da década de 1970. O telefone permitiria a entrada direta de ouvintes, inclusive de forma sincrônica, nos programas (QUADROS; MOTTA, 2015).

Consideramos dessa forma, que a participação dos ouvintes e a proximidade entre produtores e consumidores não é uma característica nova e potencialmente revolucionária da internet e das redes sociais, mas faz parte das matrizes culturais midiáticas do rádio e da televisão brasileira e deixam ver elementos de historicidades no *Mamilos*. A internet, redes sociais e *smartphones*, trariam, dessa forma, assim como representou a popularização do telefone a partir da década de 1970, mais uma possibilidade de interação com os produtores, potencializado em número uma participação que, em última medida, é decidida pela instância produtora. No *Mamilos*, a participação dos ouvintes foi incentivada desde o segundo episódio, quando as duas apresentadoras começaram a chamar os seus ouvintes de “mamileiros e mamiletas”.

Uma visão romantizada da participação dos ouvintes deixa de lado o aspecto comercial que também motiva a participação do público, tanto nos *podcasts* atuais, quanto nas raízes da participação do público enquanto matriz cultural midiática. É através do número e da importância dos ouvintes que os programas de rádio e de televisão criam capital econômico para captação, manutenção de patrocinadores e lucro dos programas. Assim como o número de *downloads*, a posição dos *podcasts* nos *rankings*, o número de comentários nas redes sociais e

nos sites são formas de quantificar a audiência. “Seu comentário é o meu salário. A frase muito comum na blogosfera é também compartilhada pelos seres da podosfera” (BONASSOLI, 2014, p. 246).

Os fãs do *Mamilos* estão dotados de uma estratégia retórica em que se autoinscrevem como diferentes por dois movimentos: são diferentes porque ouvem *podcasts*, e, dentre os ouvintes de *podcasts*, são diferentes porque ouvem o *Mamilos*. “*Mamilos, Melhores Ouvintes*”, antes um bordão do programa, foi o nome escolhido para o grupo de discussão privado para assinantes, que contribuem com R\$ 9,90 mensais para a manutenção do programa. Em troca, além da assinatura de uma *newsletter* semanal com notícias escolhidas e comentadas por Juliana e Cris, os assinantes ganham acesso ao grupo de discussão privado no Facebook.

### **Mamilos 104: Síria, Torcidas organizadas e BBB**

#### **Abertura**

**Cris:** E quem faz o Mamilos? Esse conteúdo gostoso é feito com amor e dedicação por uma equipe de voluntários. Quem faz a melhor edição do Brasil é o menino Caio Corraini.

**Ju:** Enquanto a Jaqueline Costa e sua equipe de pauteiros corre atrás de fatos e dados pra nos alimentar.

**Cris:** A nossa bailarina preferida, Lu Machado, junto com a *Mamilândia*, toda semana brilham demais transcrevendo o *Mamilos* pra [que] tudo que você escuta aqui esteja disponível também em leitura.

**Ju:** E finalmente, a Luanda Gurgel, o Guilherme Yano e a Luiza comandam a equipe de redes sociais, pra ajudar a conversa a continuar a semana toda. E, gente, essa semana esse time brilhou demaaaaais. Entre no facebook do *Mamilos*: A Luiza fez um teaser do último programa em vídeo! [Cris comemora] A gente sonha com isso há muito tempo. É um jeito legal demais de recomendar o *Mamilos* pros amigos. Corre lá e compartilha.

A partir da nossa análise, tentamos demonstrar como as sensibilidades mais marcantes do *Mamilos* estão articuladas com tecnicidades no programa. Pudemos perceber ambiguidades presentes nas mudanças ao longo dos últimos três anos. As sensibilidades expressas na conexão com práticas da internet como a “treta” vão, ao longo do tempo e popularidade, institucionalizando-se com a aproximação com o jornalismo como forma de ampliação da legitimidade. O apelo ao novo jornalismo, no caso do *Mamilos*, o “jornalismo de peito aberto”, se dá a partir da transformação da “treta” em ruído, uma diferença que precisa ser apaziguada com informação legitimada pelos modos de fazer do *podcast*. O “novo” jornalismo se insere no *Mamilos* apenas na disputa em relação a quem pode exercer a profissão, parte de um processo já consolidado de desregulamentação, ao menos legalmente, que culminou na não obrigatoriedade do diploma para exercício do jornalismo.

Essas prometidas “novas formas” de fazer também encontram dualidades nos discursos em torno do feminismo. Ao se apoiar no fato de que são mulheres feministas disputando visibilidade e representatividade no ambiente masculino dos *podcasts*, debatendo assuntos da

pauta feminista como aborto, violência contra a mulher e demais desigualdades de gênero, o *Mamilos* se insere em um movimento permeado por fluxos globais – de informação e de conformação de sistema econômico – que deixa de lado da luta feminista tipos de contestação que combatem as desigualdades promovidas pelo capitalismo. Um movimento que está em consonância com uma tendência do feminismo hegemônico global que, por se apoiar em perspectivas individuais de consumo e identidade, está legitimando formas de desigualdade e exploração capitalistas, elaboradas a partir de uma narrativa de empoderamento feminino (FRASER, 2013, s.p.).

Em termos de linguagem e interação, a participação dos ouvintes com seus comentários inseridos no início de cada episódio, a criação de uma equipe de voluntários disposta a investir seu tempo em mediação de comentários, posts em redes sociais e na transcrição de episódios, e a estrutura criada para financiamento do público expressam sensibilidades articuladas ao desejo de colaboração e criação de comunidades que fazem parte de tecnicidades que são construídas historicamente a partir de matrizes do rádio, mas também se configuram como sensibilidades articuladas a comunidades de nicho e gramáticas de ação específicas de grupos que têm as redes sociais e a internet como um dos princípios organizadores da vida. As tecnicidades não estão relacionadas apenas aos *smartphones*, à internet, ou a conectividade, mas aquilo que inscreve esses aparatos discursivamente na tentativa de transformar o *podcast* em uma "mídia nova", algo que diz sobre a diferença em que os produtores e os consumidores tentam inscrever em suas práticas.

### 4.3 *AntiCast*: o textão em áudio

O *AntiCast* é um *podcast* criado em fevereiro de 2011 por Ivan Mizanzuk, Marcos Beccari e Rafael Ancara, três designers que se dedicavam a discutir temas relacionados ao design. Ao longo do tempo, principalmente a partir do *AntiCast 150 – ~Dossiê~ do Olavão*, quando os três fizeram um programa para expor as contradições do escritor conservador Olavo de Carvalho, o *AntiCast* deixou de falar exclusivamente sobre design e intensificou os episódios centralizados em temas sobre política nacional e internacional, deixando o design, tema que o originou, de lado. O programa chegou, em 2017, a mais de 300 edições e, atualmente, se define como um *podcast* em que “política, arte, história e cultura digital são os temas mais explorados”, a partir de uma visão crítica e questionadora, segundo os criadores.



Figura 8: Captura de tela da seção *AntiCast*. Acesso em nov. 2017.

Em 2011, *AntiCast* era o título de apenas um *podcast*. Em 2013, recebeu o convite para integrar a rede *B9*, quando o site da rede ainda hospedava apenas um programa dedicado à publicidade e comunicação. A partir de 2016, o *AntiCast* se tornou uma rede de *podcasts* independente, com site próprio. O nome do programa principal foi mantido como o nome da rede, a qual foi acrescentada outros programas com temas mais próximos aos interesses de cada integrante, como o *podcast Não Obstante*, sobre filosofia, do Marcos Beccari, o *Projeto Humanos*, de jornalismo literário em áudio, feito por Ivan Mizanzuk, e o *Visual+Mente*, comandado por Rafael Ancara, com discussões sobre design. Com o tempo, os outros dois

apresentadores passaram a se dedicar somente aos seus *podcasts*, aparecendo às vezes como convidados no programa principal, e Ivan Mizanzuk passou a comandar sozinho o programa principal do *AntiCast*.



Figura 9: Captura de tela dos podcasts da rede *AntiCast*. Acesso em nov. 2017.

Até o início de 2018, a rede *AntiCast* possuía oito *podcasts*, entre eles o *Feito Por Elas*, que se dedica a discutir o papel das mulheres no audiovisual, o *Salvo Melhor Juízo*, sobre questões de direito, e o *É Pau, É Pedra*, que reúne uma série de programas feitos pelos “patrões” do *AntiCast*. “Patrões” é como os produtores nomeiam aqueles que contribuem mensalmente para a manutenção da rede, através de sites de financiamento coletivo<sup>26</sup>. Além de participarem de um grupo fechado de Facebook para assinantes, os “patrões” têm a possibilidade de hospedar seus *podcasts* na seção *É Pau, É Pedra*, além de poderem usufruir da hospedagem do Soundcloud<sup>27</sup>, ganhando benefícios financeiros e de publicidade para aqueles que estão

<sup>26</sup>São duas formas de financiar o *podcast*, através do site Patreon <<https://www.patreon.com/anticastdesign>> ou por pagamentos mensais através do PagSeguro. Acesso em 5 jan. 2018.

<sup>27</sup> O SoundCloud é um serviço gratuito de hospedagem. Como muitos serviços do tipo, há a possibilidade de pagar uma assinatura para usufruir de melhores ferramentas. Os assinantes do *AntiCast*, dessa forma, teriam acesso ao SoundCloud por um valor menor, já que é possível assinar o *AntiCast* por 1 dólar.

começando a produzir *podcasts*. Entre os produtos dos assinantes está o programa *É Pau, É Pedra*, um programa feito com a colaboração de ouvintes sobre temas gerais, o *Jah!*, sobre cultura pop e atualidades, o *Pergunta De Quinta*<sup>28</sup> - *SAC Feminista* que se dedica a responder dúvidas e questões enviadas via formulário online sobre feminismo, o *É Paul's, É Drag!*, com resenhas de episódios da série televisiva *RuPaul's Drag Race* e o *Trans Missão*, dedicado a assuntos LGBT, entre outros.

A mudança de temática do programa ao longo dos últimos anos e os temas aos quais se dedicam os demais *podcasts* da rede, principalmente aqueles criados pelos ouvintes, deixam ver como o *podcast* se relaciona com temas atuais da política e sociedade brasileiras, e faz parte de uma articulação entre sensibilidades políticas que são consideradas contra-hegemônicas, antes afastadas dos cenários de comunicação e que, na atualidade, vêm se tornando mais presentes, não só entre os *podcasts*, mas também em ambientes mais conservadores, como a televisão e demais meios de comunicação. Essas sensibilidades contra-hegemônicas, articuladas a práticas sociais como a luta contra o racismo no Brasil, a militância feminista, o combate à homofobia e transfobia, e discursos de esquerda que combatem o crescente conservadorismo moral e político da direita brasileira, além de serem temas de *podcasts* únicos como o *RevoluShow*, *Lado (B)lack*, *ReversaCast*, *Um Milkshake Chamado Wanda e Lado Bi*, estão relacionadas a sensibilidades em disputas no entorno tecnocomunicativo atual e no *AntiCast*.

A nossa escolha analítica pelo *AntiCast* pretende demonstrar como essas sensibilidades, mais do que estarem relacionadas a comunidades e identidades específicas, configuram um ponto de tensão para outras sensibilidades que têm objetivo de aderir a outras formas de fazer política. Centralizada no esforço de desconstrução de preconceitos arraigados na sociedade brasileira, como o machismo, o racismo, a homofobia, a transfobia e o conservadorismo moral, a adoção de uma forma de fazer política baseada na construção de espaços, sejam eles simbólicos, virtuais ou físicos, em que esses corpos “contra-hegemônicos” estejam presentes, direciona a construção de um discurso sobre a “representatividade” desses sujeitos em diversos espaços. Isso é percebido nos discursos de *podcasts* criados por indivíduos que se aproximam dessas identidades contra-hegemônicas, mas também em *podcasts* como o *AntiCast*, que se posicionam a partir sensibilidades de esquerda. Através de um posicionamento muitas vezes pedagógico, temas como machismo, feminismo, transexualidades, gênero e preconceito racial

---

<sup>28</sup> Há também a versão do *Pergunta de Quinta – Veg Responde*, que responde questões enviadas sobre vegetarianismo e veganismo.

são debatidos no *AntiCast*, a partir da defesa de que valores conservadores devem ser combatidos.

Na nossa análise, escolhemos episódios que tensionam essas sensibilidades políticas em disputa na contemporaneidade. Nosso interesse é ver como, a partir da mediação da tecnicidade, essas sensibilidades se articulam em esforços de construção de linguagem. Tentaremos demonstrar que, para além de se configurar a partir de referências a matrizes culturais radiofônicas e do entorno tecnocomunicativo que disputa o *talk show* ou painel de conversas, como já foi descrito na análise do *NerdCast* e *Mamilos*, o *AntiCast* também é mediado pelas tecnicidades da internet e nele percebemos esforços de linguagem relacionados à prática que ficou popularmente conhecida como “textão”, ato de utilizar as redes sociais, mais marcadamente o Facebook, para a exposição de ideias, sejam elas desabafos, ideias políticas ou temas que podem gerar discussão. O textão do *AntiCast* está atrelado a discursos que, na maioria das vezes, combinam expressões pessoais com referências a discursos institucionalizados, com apelo a instituições como a universidade, e o direito, e a imprensa, mais notadamente uma adesão a sensibilidades de esquerda formadas nas universidades.

#### **4.3.1 “Textão” em áudio: tecnicidades e sensibilidades de esquerda no *AntiCast***

O *AntiCast* é um programa de bate-papo que possui semelhanças com os demais *podcasts* analisados, mas o faz a partir de olhares opostos a elementos da sociedade brasileira como o conservadorismo político e moral. Os autores e os ouvintes do *AntiCast* costumam defini-lo como um “textão” em áudio, fazendo referência à prática de publicar textos longos no Facebook e em outras redes sociais, marcadamente aqueles que se dedicam a problematizar determinado assunto que está sendo discutido no momento, e que tem o potencial de ser compartilhado por aqueles que concordam ou têm a intenção de contra argumentá-lo. No caso específico do *AntiCast*, o textão em áudio é relacionado a sensibilidades de esquerda, uma esquerda formada nas universidades e que, além da opinião pessoal, constrói os seus “textões”, a partir do debate, exposição e contraposição de argumentos baseados em instituições como o conhecimento produzido nas universidades, o direito e discursos em debate na imprensa.

O “textão em áudio” se relaciona a tecnicidades configuradas nas redes sociais, em que essas redes são utilizadas como plataformas para debate, exposição de ideias e formação de comunidades e identidades a partir de posicionamentos. As redes de comunicação digitais, e a própria forma de distribuição do *podcast*, são tratadas no *AntiCast* como plataformas que dão possibilidades de debater temas importantes para a sociedade brasileira que não são discutidos

comumente dentro de espaços que se consideram democráticos, como a internet. A escolha do nome *AntiCast*<sup>29</sup> já indica uma vontade de diferenciação com o que é normalmente concebido como *podcast*. Apesar de sua estrutura e materialidade ser parecida com outros programas de debate e bate-papo, vemos discursos de oposição característicos do programa nas pautas, nos convidados e no tom dados aos assuntos. “Enquanto o *Mamilos* constrói pontes, nós do *AntiCast* gostamos mesmo de pôr fogo nas pontes”<sup>30</sup>, como disse Ivan Mizanzuk em evento dedicado a discutir a mídia.

O “textão” é tomado aqui enquanto uma tecnicidade das redes digitais e que vai mediar a forma como o *AntiCast* trabalha esforços de linguagem sonora. O “textão em áudio” do *AntiCast* se apresenta, assim como o *NerdCast*, com referência as matrizes culturais do rádio em rodas de debate do tipo painel, programas em que pessoas com ideias em comum se reúnem para discutir um assunto, mas podemos ver, no mesmo movimento, operando características próprias das redes digitais. Uma delas é a falta de necessidade de fontes legitimadas para o debate de um assunto, não há a necessidade no *AntiCast* de convocar especialistas. Outra, mais relacionada com a ausência de uma grade de programação e horários fixos comum no rádio comercial, é que o “textão em áudio” também faz referência à duração do programa, que pode chegar a três horas.

O episódio *AntiCast 313 – Da onde vêm as ideias da Nova Direita?* é um exemplo de como os convidados são escolhidos para o programa. São convidados para o “textão em áudio” do *AntiCast* aqueles que têm o hábito de discorrer sobre os assuntos de interesse do programa nas redes digitais. Além disso, muito da estrutura desse programa se baseia em textos e opiniões expressas por pessoas de direita na internet:

### *AntiCast 313 – Da onde vêm as ideias da Nova Direita?*

**Ivan Mizanzuki:** E aí pessoal, aqui é o Ivan Mizanzuki e esse é o *AntiCast* de número: 313 – *Da onde vêm as ideias da Nova Direita?* Então, se algum dia você já ficou se perguntando, nossa, mas da onde vem esse termo “globalismo”, “nazismo é de esquerda”, “ideologia de gênero”, “George Soros quer implantar o comunismo no mundo”, e qualquer coisa assim, este programa é para você. E tivemos um time muito legal aqui para isso. Tem eu, aqui como *host*. Temos o sempre maravilhoso João Carvalho, a Júlia Matos, especialista em Estados Unidos e nativismo, principalmente, porque muitas dessas coisas têm a ver com o conceito de nativismo. E temos um convidado novo, que é o Carapanã, esse é o nome dele na internet, e é um cara que tá sempre publicando muita coisa no Twitter, muito interessante, justamente tentando desmistificar e mostrar as origens, da onde que tiram essas ideias, e como algumas das retóricas da nova direita é construída (sic). E é bom deixar claro que eu estou chamando de “nova direita” o que lá fora está sendo chamado de “alt right”, que é a direita alternativa. Quero falar o evidente

<sup>29</sup> Em um primeiro momento, o nome foi escolhido em referência ao Manifesto AntiDesign, criado por Ivan Mizanzuk, em 2008, que criticava tendências, discursos e práticas no mercado de design brasileiro.

<sup>30</sup> Fala de Ivan Mizanzuk, em evento presencial Startup Dev, realizado no dia 18 de novembro de 2017. Informação obtida via: <<https://twitter.com/mizanzika/status/932077103658471424>>. Acesso em 25 de nov. 2017.

aqui, temos plena noção de que nem todas as pessoas de direita se identificam com esse lado, (...) mas a gente vê um crescimento aqui relevante, principalmente em presença virtual de algumas dessas ideias por aqui, de diminuição do estado, defesa a valores tradicionais, “nazismo de esquerda”, enfim, “toda a culpa é do comunismo”. Se você é uma das pessoas que de repente é até de direita, mas também acha que tem algo de estranho nessa galera, parabéns, você está certo. E nesse programa você vai ver muitas das coisas assustadoras que têm por trás dessa galera. Então, vamos lá.

Assim como nesse programa, a estrutura comum é que Ivan Mizanzuk elabore uma “cabeça” em que os convidados da semana são apresentados, e em que ele oferece um resumo dos temas discutidos no programa. É nesta cabeça que também há avisos, divulgação de cursos que os apresentadores dão, e pedidos para que os ouvintes contribuam com o financiamento. Em seguida, o tema principal é debatido, em uma rede de conversa em que os participantes não estão reunidos presencialmente, mas por programas de conversa como o Skype e o Hangout. É comum que, na introdução do programa, o apresentador peça desculpas pela diferença de qualidade do áudio entre os convidados. A conversa é conduzida através de perguntas e interrupções de Ivan Mizanzuk, que faz papel de mediador, interrompendo um convidado quando considera necessário, fazendo perguntas para introduzir um novo tema, e também expressando a sua opinião ao longo do bate-papo. Dessa forma, a duração tem, em média, uma hora e trinta minutos, mas há programas com mais de duas horas e meia de duração. É comum que os temas e tópicos sejam descritos em texto que acompanham o áudio, nos feeds de distribuição. Isso faz com que o ouvinte tenha a opção de pular para o momento em que começam os comentários de seu interesse.

Os *podcasts* comemorativos do *AntiCast* são repletos de pistas que deixam ver quais são os discursos que os produtores e ouvintes têm sobre *podcasts* em geral e sobre o *AntiCast* especificamente e que nos deixam ver tecnicidades e ritualidades próprias da internet. Diferentemente de outros episódios do *AntiCast*, os programas de comemoração não possuem temas específicos, e o clima de bate-papo que caracteriza todos os programas é exacerbado pela inclusão de ouvintes. Os episódios *AntiCast 100 - Curitibanos, Sabão, Regulamentação e Ouvintes*; *200 - Os padrões é que mandam*; e *300 - Memes e Gifs de Gatinhos* nos ajudam a entender a relação com os ouvintes e convidados próximos e deixam ver tecnicidades articuladas a esse *podcast*.

Esses programas reforçam a impressão de que o *AntiCast* é um ambiente de encontro em que pessoas que compartilham sensibilidades políticas podem conversar amigavelmente. Opera aqui uma tecnicidade que faz referência aos ambientes de bate-papos virtuais, como o MSN e ICQ. Na edição *300 - Memes e Gifs de Gatinhos*, mais do que nas demais edições, o tema se configura apenas com o pretexto para a reunião de pessoas que partilham práticas e

sensibilidades, como os convidados Luiza Braga (*Lado (B)lack*), Tupa Guerra (*Ponto G / Mundo Freak*), Zamiliano (*Revolushow*), João Carvalho (*Decrépitos*) e Júlia Matos, juntamente com o apresentador, Ivan Mizanzuk.

#### *AntiCast 300 – Memes e Gifs de Gatinhos*

**Ivan Mizanzuk:** Não vamos falar de Venezuela, não vamos falar de Temer, não vamos falar de Trump, de Catar, porra nenhuma, hoje é meme e gatinho. Então...

**Convidada Tupa Guerra :** Durante 10 minutos.

**Convidado João Carvalho:** Durante 10 minutos, até eu virar a Marilena Chauí, levantar e minha mão começar a balançar enquanto eu falo.

Durante o programa, o termo meme é explicado em sua origem, bem brevemente, para logo depois a conversa se direcionar para vídeos famosos de animais no Youtube, passando para a importância dos animais na história da humanidade. Os memes da internet são considerados um conhecimento em comum, um repertório compartilhado, em que o próprio compartilhamento se torna uma prática. A configuração da estrutura do programa é feita como nos programas e salas de bate-papo, como o MSN, MIRC e ICQ, em que os participantes estão em seus computadores e podem pesquisar referências do que está sendo discutido na conversa. Como em um bate-papo em que as conexões de todos os participantes não é a mesma, é comum que um convidado caia e fique ausente do programa por minutos. A estrutura do programa, pelos convidados não estarem em um estúdio, em um ambiente físico em que são gravados programas de rádio, configura ritualidades e tecnicidades outras, de uma sala de bate-papo na internet, por exemplo, algo também compartilhado pelos ouvintes, que reconhecem aquelas práticas como compartilhadas. A maneira que o programa é produzido se insere em uma ritualidade que é compartilhada pelos ouvintes, através da maneira como nos comunicamos pela internet na vida cotidiana.

#### *AntiCast 300 – Memes e Gifs de Gatinhos*

**Luiza Braga:** [Depois da conexão cair e ela voltar] Pior que eu estava dando a maior explicação da hora porque o meme é a razão pelos quais os movimentos sociais de negritude, LGBT, e feminista, um grande salve para a galera LGBT, tá conseguindo dominar a mente da juventude hoje em dia. Só esses grupos conseguem usar bem. E o meme é a unidade de comunicação mais foda dos últimos tempos. É por ele que a revolução será feita.

**Ivan:** Aliás, eu tinha te perguntando um exemplo disso. Mas fala aí, Zamiliano.

**Zamiliano:** Eu estou aqui nesse exato momento procurando todos os memes comunistas possíveis, porque eu sou uma pessoa horrível.

**(Risos)**

**Zamiliano:** E tem um Twitter muito bom, que se chama PSTU do B.

**Convidados ao mesmo tempo:** Aham. Sei. Ele é maravilhoso!

**Zamiliano:** E está aqui: sexta-feira à noite e o proletário bebe sua cervejinha porque ninguém é de ferro. Só a cortina.

**(Risos)**

**Luíza Braga:** Um exemplo de um meme, Inês Brasil, Gretchen... O que é (*sic*) as feministas se unindo para escrachar as pessoas com a Gretchen. A gente educa os homens a não falarem merdas na internet apenas usando imagens da Inês Brasil, Gretchen e Nazaré.

**(Risos)**

No textão em áudio do *AntiCast*, tentamos demonstrar como operam tecnicidades próprias das redes digitais, ao mesmo tempo, em que operam matrizes culturais próprias dos painéis radiofônicos. A estrutura do programa funciona com aspectos dominantes da estrutura de debates como o papel do mediador Ivan Mizanzuk que conduz o programa, mas também reúne esforços que demonstram a mediação de tecnicidades próprias das redes digitais, como é o caso do textão e da reunião de pessoas em bate-papo de internet. A conectividade é algo da ordem do compartilhado, as práticas da internet como o compartilhamento de memes, gifs e formação de comunidades são percebidas na estrutura do *AntiCast*, o que nos deixa ver as diferentes temporalidades presentes.

#### 4.3.2 “Desconstruções”<sup>31</sup> e disputas nas formas de fazer política

A tecnicidade é o lugar de tensão que articula as mudanças tecnológicas com novas formas de sentir. No *AntiCast*, vemos articuladas sensibilidades às identidades, principalmente sensibilidades articuladas ao pensamento político de esquerda que disputam um lugar de desconstrução de antigos preconceitos e aberturas para novas sensibilidades. Machismo, homofobia, transfobia e demais preconceitos são combatidos com o “textão”, ou seja, a discussão no *podcasts* desses temas, a partir da disputa de que esses assuntos só podem ser debatidos com a presença e voz de quem teria mais direito de falar sobre eles. A expressão dessas sensibilidades é feita a partir do esforço de criação de espaços para que esses corpos possam falar por si mesmos. Esse movimento é feito de forma concedida, quando o *AntiCast* convida pessoas em programas temáticos sobre gênero, raça e sexualidades, ou através da criação por esses sujeitos de espaços próprios dentro da rede *AntiCast*, como a criação de programas em que esses temas são o assunto principal.

---

<sup>31</sup> Usamos o termo “desconstruções” como uma referência à forma em que certas comunidades da internet utilizam para falar sobre o processo, de forma irônica e apelando para o humor, de repensar os próprios preconceitos, ou seja, “se desconstruir”. O termo é uma apropriação do conceito elaborado por Derrida. Saído das universidades e ambientes intelectuais de esquerda, o termo desconstrução foi apropriado popularmente e ironicamente para o termo “desconstruidão”.

A articulação com sensibilidades contra-hegemônicas e a postura crítica, que dentro do *podcast* é descrito como uma orientação para a polêmica, ou “treta”, nos termos da internet, além da intenção de desconstruir preconceitos, colocam o *AntiCast* como um dos primeiros *podcasts* que expuseram as contradições discursivas e preconceitos da própria comunidade de produtores independentes. Um dos exemplos é o episódio *AntiCast 198 – O Machismo (e outras coisas) no mundo Nerd*, publicado em setembro de 2015. Esse episódio é considerado um marco pelos criadores e gerou muita repercussão<sup>32</sup> por não expor o assunto de forma geral, mas apontando como machistas e misóginos os criadores e seguidores do *NerdCast*, o *podcast* com maior poder econômico e maior número de seguidores do momento. Esse programa foi sucedido de edições sobre racismo, homossexualidade e identidades de gênero em diversas esferas de criação. Entre esses programas, são intercalados com episódios sobre política institucional, história e cultura, demonstrando que no *AntiCast*, assim como no nosso contexto sociocultural, estão em disputa formas de fazer política que oscilam entre as instituições, os corpos e a vida cotidiana.

Nesse episódio sobre o machismo no *NerdCast*, Ivan Mizanzuk, sozinho, porque ele diz que seus outros dois colegas “se escafederam”, convida para debater o tema Stephan Martins, que integrava a equipe do *NerdCast*, a escritora de ficção científica Lady Sybylla, Ana Luiza Koehler, quadrinista que se identifica como *nerd*, além de Jéssica “Ketchup” Gomes, mediadora do grupo *O Lado Esquerdo da Força* no Facebook, também identificada como *nerd*. “Dessa vez não tem explosão, musiquinha, porque o assunto é sério. (...) Eu pensei várias vezes se eu tinha que gravar esse programa ou não”, diz antes de afirmar que não quer começar uma guerra, mas pede posicionamento e debate sobre as questões, principalmente sobre os comentários agressivos e ameaças que os ouvintes do *NerdCast* fazem a mulheres nos ambientes digitais do próprio programa. Há a cobrança de um posicionamento por parte dos apresentadores do *NerdCast*, pois o silêncio sobre essas questões, segundo os participantes, endossa esses tipos de comentários preconceituosos. Além disso, ao longo do programa, é debatido a misoginia presente no mundo *nerd* em geral, a partir das experiências pessoais das convidadas, mas também as piadas machistas, misóginas, homofóbicas e transfóbicas que são feitas constantemente nos episódios do *NerdCast*.

### **AntiCast 198 – O Machismo (e outras coisas) no mundo Nerd**

---

<sup>32</sup> Foram feitos dois programas extras, a primeira parte com duas horas de duração e a segunda parte com uma hora dedicada à leitura e debate dos comentários sobre esse programa. Além disso, o *podcast É Pau, É Pedra*, da rede *AntiCast*, dedicou um programa de duas horas sobre esse episódio.

**Ivan Mizanzuk:** Esses três *podcasters* que eu citei [*NerdCast*, *Rapadura Cast* e *Matando Robôs Gigantes*] eles foram por muito tempo meus heróis, sem eles não existiria *AntiCast*, não existiria *Projeto Humanos*, não existiriam meus livros, não teria nada. Eu sou muito grato por todas as horas de diversão que eles me proporcionaram e tudo que me ensinaram sobre a cultura de *podcasts*. Mas o mundo muda, cabeças mudam, e coisas que não me incomodavam no passado começaram a me incomodar. E não foi só por mim, quando eu vi isso em muitos *podcasters* e principalmente muitos ouvintes eu pensei que alguém precisava falar sobre isso.

O discurso do apresentador e das participantes dá a sugestão de que a situação atual precisa mudar, e isso será feito a partir da exposição desses assuntos, em um esforço que precisa partir de todos. Há a referência ao passado, quando Ivan conta como em episódios antigos do *AntiCast* havia piadas homofóbicas e machistas. O *AntiCast* investe em um discurso compartilhado no entorno tecnocomunicativo atual que esse tipo de postura se caracteriza como uma reprodução de valores conservadores da sociedade brasileira que precisam ser “desconstruídos” e, atualmente, é necessário um exercício para vetar esses tipos de comentários. Vemos esse movimento em *podcasts* como *Um Milkshake Chamado Wanda*<sup>33</sup>, e em matérias nos meios de comunicação<sup>34</sup>, em que comentários preconceituosos são considerados da ordem do passado, como um erro que não deve ser mais repetido.

### **AntiCast 198 – O Machismo (e outras coisas) no mundo *nerd***

**Ivan Mizanzuk:** Todo mundo tem rabo preso com esses caras, mesmo sem saber. Então, assim, eu sei que posso estar me queimando fazendo esse programa, sinto muito se isso acontecer, mas chegamos já num ponto em que está tendo uma cultura machista muito pesada, é minha leitura disso. O *AntiCast* já foi extremamente machista, nós fazemos piadas, eu admito, sou o primeiro a admitir, às vezes que são de conteúdo homofóbico, que são coisas que a gente tem que trabalhar, porque sempre que alguém vem me dizer, e eu confesso que foram poucas as vezes, pelo menos recentemente, que as pessoas falaram, Ivan, me incomodei com o que vocês falaram, no início a gente já incomodou muito gente e eu me arrependo muito por causa disso. Mas parece que esse tipo de crítica quando vai chegar nos grandes, ninguém fala.

Podemos perceber a adesão a essas formas de sentir gradativamente no *AntiCast*. A partir do *AntiCast 168*, o programa criou uma conta no site Patreon, um site de financiamento coletivo. A partir desse momento, cada financiador foi convidado a participar de um grupo

<sup>33</sup> Composto por dois homens gays e uma mulher heterossexual, o *podcast* de aniversário de 3 anos do programa lamenta comentários preconceituosos, feitos pelos próprios apresentadores, relacionados à classe social e à misoginia. Em: <<https://soundcloud.com/ummilkshakechamadowanda/155-ai-como-eramos-ridiculos>>. Acesso em 4 jan. 2018.

<sup>34</sup> Exemplos como “Para desconstruir preconceitos, seja humilde” em: <[www.huffpostbrasil.com/andre-azevedo-da-fonseca/para-desconstruir-preconceitos-seja-humilde-a-21693330](http://www.huffpostbrasil.com/andre-azevedo-da-fonseca/para-desconstruir-preconceitos-seja-humilde-a-21693330)>; “Desconstrução do preconceito”, em: <<https://www.cartacapital.com.br/politica/desconstrucao-do-preconceito>>; e “Desconstruindo preconceitos: a importância do ensino de história para a construção de uma nova cultura política”, em <<https://www.geledes.org.br/desconstruindo-preconceitos-importancia-ensino-historia-construcao-nova-cultura-politica>>. Acesso em 27 nov. 2017.

secreto no Facebook chamado *Cracóvia*<sup>35</sup>, em que os integrantes ajudam a escolher as próximas pautas dos programas. Dessa forma, a mudança dos assuntos é uma resposta também àqueles que financiam o programa. Antes do programa sobre machismo, já havia outros programas sobre temas como gênero como construção social, inclusive com a participação das apresentadoras do *Mamilos*, Juliana Wallauer e Cris Bartis, e um segundo sobre o cristianismo e a homossexualidade, mas essas pautas só se intensificaram após o episódio sobre o machismo no mundo *nerd*.

A adesão a sensibilidades contra-hegemônicas e o movimento retórico da desconstrução foi intensificando-se no *AntiCast*, principalmente após a consolidação dos financiadores do programa e da elaboração de *podcasts* que fazem parte do *É Pau, É Pedra*, feito pelos “patrões”. O *podcast Lado (B)lack* é um exemplo de como a rede *AntiCast* é percebida como uma comunidade que se configura como um dos ambientes que possibilitam a adesão e a visibilidade dessas sensibilidades, em que pessoas que compartilham os mesmos valores se encontram e exercem a política através da tentativa de criar de visibilidade para seus corpos e identidades. Com o subtítulo “Um *podcast* bem pretinho no meio dessa internet toda”, o *Lado (B)lack* foi criado por Luiza Braga, Rafael Chino, John Razen, Pedro Maciel e Daniel Diogo, inicialmente como um dos *podcasts* do *É Pau É Pedra*. Após 29 episódios, o *Lado (B)lack* saiu da rede *AntiCast* e lançou um programa próprio, com site e financiamento próprios<sup>36</sup>, continuando a abordar assuntos como cultura e política e, na maioria dos programas, tematizando o combate ao racismo e o compartilhamento de experiências de pessoas negras.

No programa *Lado (B)lack #29 – Apagamento*, a questão da falta de visibilidade é o tema principal do *podcast*, em que a disparidade da representatividade e o apagamento sobre a história dos negros é discutido por três dos criadores, a partir de referências pessoais, em um questionamento, inclusive, sobre a questão da presença de negros nos *podcasts*.

### **Lado (B)lack #29 – Apagamento**

**Luiza Braga:** As pessoas ficam se perguntando porque não tem tantos *podcasts* assim de negros. Também por causa disso (os altos preços dos equipamentos de qualidade). Se você faz um *podcast* com o som ruim a galera repara, você tem que saber editar, não são muitos negros que estão nesse mercado. Então é um processo muito difícil. Agradeçam pela representatividade que vocês estão tendo aqui. (risos). O *podcast* poderia ser mais um lugar de invisibilidade total do negro, mas estamos aqui, resistindo, em nome desse não apagamento. Não é fácil não ser representado nessa cultura. Não só pelos

---

<sup>35</sup> O nome do grupo atualmente é “Cracóvia”, mas no início era “Cracolândia”. A mudança do nome está ligada a transformações nas sensibilidades articuladas ao *AntiCast*. Em um primeiro momento, o nome do grupo foi dado porque “ninguém conseguia sair de lá”, depois foi renomeado porque “não queremos machucar ninguém”, evidenciando o cuidado posterior com questões sociais, como a dependência química e a vulnerabilidade social de usuários de crack, mais notadamente na cidade de São Paulo.

<sup>36</sup> Mais informações no site: <<http://www.ladoblack.com.br>>. Acesso em 5 jan. 2018.

assuntos negros, mas de não ver pessoas negras que se assumem como negros e falam a partir de sua perspectiva, sua vivência, e tudo que a negritude carrega. E não temos espaços, nós do Lado (B)lack temos uma certa sorte de estar no *É Pau, É Pedra*, que dá um outro grau de visibilidade pra gente, mas duvido que a gente teria conseguido se tivesse começado do nada. Porque senão a gente seria mais um *podcast* com 15 ouvintes por episódio.

**Daniel Diogo:** Primeiro porque *podcast* é um meio bem elitista, feito por branco hétero rico, que tem acessos à mídia, equipamento, pode fazer um rolê de qualidade. E quando vai um negro que vai pro *podcast* para falar, ele geralmente está falando sobre negritude, você não chama um negro pra falar sobre culinária, saca?

**Luiza Braga:** E nisso eu queria parabenizar o Ivan [Mizanzuk], não só porque ele me convidou, mas porque ele me convidou para participar do AntiCast sobre política, não só por estar no *AntiCast*, mas estar no *AntiCast* sobre política especificamente, que é um assunto que gosto muito e consome minha vida. Coincidentemente ou não, e acho que não foi coincidentemente, foi uma das coisas que aponte pra ele dentro da Cracóvia, esse incômodo de você só ver as pessoas procurando negros para falar de assuntos de negros. E não sobre assuntos gerais.

O preconceito racial, no *AntiCast*, foi debatido em programas como o *AntiCast 209 – Afrofuturismo*, e o *AntiCast 235 – Beyoncé quebrou TUDO com o Lemonade*. Nesses dois programas, as expressões culturais e a cultura popular massiva são o ponto de partida para discutir preconceitos. As expressões artísticas são consideradas formas de fazer política, em que identidades e posicionamentos políticos se fazem por vias estéticas, a partir de dimensões do sensível. Como, por exemplo, em relação ao afrofuturismo ser descrito como um movimento e uma forma de expressão em que as pessoas negras e a identidade negras são representadas em papéis protagonistas, em oposição a qualquer tipo de subjugação. No episódio sobre o álbum *Lemonade*, a ênfase é dada à opinião de que a artista criou um manifesto sobre a situação das mulheres negras a partir de sua experiência pessoal, mas que também o consumo e a apropriação pelo capitalismo de pautas de movimentos negros e feministas foram questionados.

A criação de espaços para outras sensibilidades, sujeitos e identidades no *AntiCast* é inserida também dentro de um contexto em que a importância desse movimento é acentuada pela união daqueles que têm valores em comum com o objetivo de combater o crescimento de uma direita conservadora. Além das pautas sobre o machismo e o preconceito racial, esse movimento fica mais evidente nos momentos de tensão em que as sexualidades não-heteronormativas são abordadas pelo programa a partir da vinculação com repercussões conversadoras da sociedade brasileira. Em três momentos, a homossexualidade e as questões de gênero e sexualidade foram temas de programas: o primeiro, em julho de 2015, quando a atriz Viviany Belebony fez uma performance durante a Parada Gay de São Paulo que tematizava, através do simbolismo da crucificação de Jesus, a violência e o preconceito sofridos por transgêneros no Brasil, o que acabou gerando o programa *AntiCast 189 – O Cristianismo e a Homossexualidade*. E, posteriormente, no episódio *AntiCast 305 – O programa das*

VINHADA [BERRO!!!], em setembro de 2017, após a aprovação de uma liminar que abriu brechas para que psicólogos ofereçam tratamento de “reversão sexual”, o que ficou conhecido popularmente como “cura gay”. Percebemos assim, mais do que temas “orgânicos” do programa, esses assuntos são motivados pelo que está em voga na atualidade, recuperando o nosso esforço de perceber a articulação entre os esforços de linguagem sonora e as tecnicidades da internet. Apesar de já debatidos no programa, a elaboração de um programa temático se inscreve mais uma vez no apelo ao “textão”, ao movimento de se inserir politicamente sobre um assunto que está repercutindo nas redes sociais a partir do debate de ideias e do posicionamento dos sujeitos envolvidos.

No *AntiCast 305 – O programa das VINHADA [BERRO!!!]*, Ivan justifica que, após essas polêmicas, a escolha do tema foi motivada para “mostrar que as pessoas da comunidade LGBT são pessoas”. O programa convida quatro pessoas para debater temas comuns à comunidade LGBT, mas com um apelo a uma abordagem feita a partir de experiências de pessoas “comuns”, em que a abordagem é feita através do humor, do sentimento de comunidade, e da política LGBT, feita também através do escracho e do deboche. O título do programa foi elaborado pelos participantes, a partir do questionamento do próprio Ivan se era correto nomear o episódio como o “Anticast mais viado de todos os tempos”. A partir dessa deixa, questões como as diferenças de poder e visibilidade entre homens gays e os demais sujeitos que compõe a sigla LGBT foram debatidos, a partir do convite de um “representante” das identidades de gênero e sexualidade mencionadas pela sigla: lésbicas, gays, bissexuais e transgêneros.

***AntiCast 305 – O programa das VINHADA [BERRO!!!]***

**Ivan Mizanzuk:** Começando mais um *AntiCast*. Hoje, vamos falar, não sei se vai ser ofensivo esse nome, mas o Programa Mais Viado de Todos os Tempos. Daí, eu já peço aí para dar sua opinião sobre o nome do programa. Se for muito ofensivo, eu mudo. Já começando, então, com os convidados que eu vou querer que se apresentem falando seus nomes e que letras se encaixam da designação LGBT. Começando aqui com meu querido Danilo Carreiro.

**Danilo Carreiro:** Olá, pessoal, eu vou entrar na letrinha “G”. E, é isso. (...) Tem outras meninas que tem umas entradas mais interessantes. (Risos).

**Ivan Mizanzuk:** Beleza, Danilo, dê seu voto, o nome do programa está tudo bem, pode ser esse?

**Danilo Carreiro:** Há problemas. Nós vamos descobrir ao longo do programa.

**Ivan Mizanzuk:** De repente, quem tá ouvindo já descobriu que o nome do programa é outro. Então, agora também, vamos lá, Luiza Braga, que já é conhecida da galera. (...)

**Luiza Braga:** Olá, gente, bom dia, boa noite, boa tarde para você. Eu estou um pouquinho doente, estou tomando um chazinho de buçeta aqui hoje, mas isso não significa que eu só gosto de buçeta, porque eu me encaixo na letra “B”, que não é de biscoito, é de bissexual. (Risos)

**Danilo Carreiro:** Pisão da porra. (...)

**Aline Koroglouayn:** Olá, pessoas. É um prazer estar aqui, meu nome é Aline, eu me encaixo na velha guarda, porque na minha época era GLS, (Risos de todos).

**Ivan Mizanzuk:** Tinha menos letras na sua época.

**Danilo Carreiro:** Ela chegou quando tudo era mato. Tinha até simpatizantes.

**(Risos)**

(...)

**Ivan Mizanzuk:** Temos aqui também o Lorena, que já dei várias derrapadas em off, no chat, e daí fui corrigido, agradeço, Lorena. Cara, desculpa, eu vou dar derrapada, você fique à vontade para chamar minha atenção. Seja bem-vindo.

**Lorena Olaf Furter:** Brigada. Eu estou acostumado com derrapadas, até porque eu tenho cara de barbiezinha mesmo. Eu me encaixo em várias letras, eu me identifico como bissexual porque é mais fácil para as pessoas entenderem, mas o que eu mais gosto é pansexual. Mas eu sou uma pessoa trans, não binária, queer. Então, são várias das intersecções das siglas possíveis.

**Ivan Mizanzuk:** Você é a pós-modernidade em pessoa, colocada aqui dentro da desconstrução das ideias modernas.

**Lorena Olaf Furter:** Eu não sei, eu argumentaria que não, porque eu sou muito comunista para me chamar de pós-moderna.

**(Risos)**

**Luiza Braga:** Ai, gente, esse *cast* é a pós-modernidade montada, a gente pode tentar fugir... A gente tá destruindo o comunismo por dentro, segundo certas pessoas.

**(Risos)**

Essa estratégia de convidar um “representante” de cada uma das letras da sigla LGBT foi uma ideia criada a partir do primeiro episódio do *podcast Trans Missão*, criado também dentro do *É Pau, É Pedra*.

#### ***Trans Missão #1 - Tá Saindo Do Armário O Monstro!***

**Daniel Diogo:** A gente quer representatividade, e essa é a palavra de ordem aqui. Estamos em três, mas o nosso *podcast* é de quatro, nós estamos procurando uma ou um parceiro “T” para o nosso *podcast*. Porque representatividade é importante e é isso que a gente quer buscar.

O movimento de abordar essas sensibilidades a partir da afirmação dessas outras identidades é feita com a intenção de criar espaços de visibilidade para esses corpos, como já vimos. Mas também está atrelada a uma oposição ao crescimento do conservadorismo de direita, movimento que fica mais evidente no episódio feito após a repercussão conservadora e religiosa à exposição de arte “*Queermuseu: Cartografias da diferença na arte brasileira*”, que sofreu protestos de religiosos em Porto Alegre, um movimento orquestrado pelo grupo de direita Movimento Brasil Livre (MBL).

#### ***AntiCast 305 – Queermuseu: Arte e Moral***

**Gustavot Diaz:** Emendando o que o Beccari fala, eu acho que é isso daí mesmo, isso é obsceno, isso é uma violência: o fato de que as reações, esdrúxulas (ênfase), que a gente presenciou do MBL, de associados, de simpatizantes, são ideológicas, porque pervertem a realidade do que realmente são. Por detrás disso tem os *think tanks*, que nós estamos por dentro, sabemos mais ou menos como funciona, tem uma pauta de uma agenda que eles têm, (...) é um liberalismo estranho que eles têm, [com] pautas sociais, políticas e moralistas, obviamente. São instituições que todo mundo conhece, que fundamenta[m] essa ideologia e usa como instrumento de manipulação dessas pessoas, ou são elas conscientes ou não conscientes, se apropriam pelo moralismo que tem ali (...).

O que estamos chamando de sensibilidades opositoras ao crescimento do conservadorismo de direita não pode ser considerado um movimento homogêneo, mas sim, a congregação de diversas sensibilidades articuladas a formas de enxergar o mundo que presam pelas liberdades individuais e representatividade coletiva de sujeitos e grupos historicamente marginalizados. Essas sensibilidades, no entanto, não podem ser consideradas homogêneas porque vemos disputas que perpassam discursivamente os programas, só para citar algumas, aquelas que ocorrem entre quem pode falar sobre os assuntos, os silenciamentos nos primeiros programas do *AntiCast* sobre questões de raça, as disputas existentes dentro do movimento negro, uma delas sobre apropriação das pautas sociais pelo capitalismo, e as disputas dentro dos movimentos LGBT, por exemplo, sobre a disparidade de poder dos homens gays em relação as diversas sexualidades e gêneros que compõe a sigla LGBTQ+.

Podemos perceber que o *AntiCast* se configura a partir da adesão e convocação de sensibilidades que são encadeadas em dois movimentos que se retroalimentam: uma postura de esquerda que tenta combater o crescimento do conservadorismo político e moral a partir das esferas institucionais, como a universidade, o direito, a imprensa, e os partidos, como é o caso de programas como *AntiCast 315 – Eleições 2018: Pré-Análise*, e um movimento em que a visibilidade a temas, corpos e sujeitos historicamente subjugados fazem parte da “desconstrução” de valores conservadores que estão em toda a sociedade, inclusive, em quem produz o *AntiCast*, por isso, a necessidade de “desconstruí-los”. Escolhemos o *AntiCast* não por abarcar todas essas sensibilidades contra-hegemônicas, mas por representar uma rede e um dos lugares entre os *podcasts* contemporâneos que se configuram como tentativas de construção de espaços para essas sensibilidades. Movimento esse que é entrelaçado com os fluxos comunicacionais, a participação em grupos de discussão, o compartilhamento de memes em comuns, a criação de comunidades constituídas por sujeitos com valores em comuns, e, também, a gravação de *podcasts*. “Não apenas os meios de comunicação são constituídos pela cultura, mas, cada vez mais, a cultura é transpassada por subjetividades construídas a partir das nossas apropriações dos meios” (GOMES et al., 2018, no prelo).

Vemos esse movimento no *AntiCast* e também nos desdobramentos dos *podcasts* de leitores como o *Lado (B)lack*, o *Trans Missão* e o *SAC Feminista*, programas que querem dar forma e visibilidade a sujeitos historicamente marginalizados, ao se fazerem visíveis para disputar modos de fazer política. A maioria dos programas do *É Pau, É Pedra* se configuram a partir de tecnicidades e linguagens próprias da internet, como O *SAC Feminista*. O título do programa se refere a uma conta do twitter, ou meme, que se intensificou depois que os jornalistas Joice Hasselmann, âncora da Jovem Pan, e Jones Rossi, da Gazeta do Povo, entre

outras reações nas redes sociais, perguntaram onde estavam as feministas para defender a jornalista Míriam Beltrão quando ela foi insultada dentro de um avião<sup>37</sup>.

As tecnologias, e aqui não podemos pensar os *podcasts* como algo separado de outras redes e outros fluxos, se transformam em um “reorganizador da experiência social” (MARTÍN-BARBERO, 1995, p. 46), em que as disputas se dão na criação e na possibilidade de viver e expressar sensibilidades através de espaços que, se não são concedidos via políticas institucionais, são conformados e criados a partir das redes sociais e da internet. Essas sensibilidades e comunidades não se configuram apenas nos *podcasts*, mas são entrelaçadas por fluxos que passam por grupos de Facebook, canais no Youtube, memes, aplicativos de mensagens privadas, enfim, toda a sorte de formas contemporâneas. A mudança nas pautas do *AntiCast* ao longo dos anos, mais marcadamente a partir do financiamento do *podcast* por seus leitores, nos mostra que “o que é produzido pelas indústrias culturais atende também às demandas que emergem do tecido cultural e dos novos modos de percepção e de uso” (LOPES, 2014, p.68).

Tentamos demonstrar, através da nossa análise, como os esforços de linguagem do *AntiCast* estão articulados a técnicas próprias da internet, mais notadamente o textão. Na linguagem sonora, o textão em áudio do *AntiCast* se configura como um painel, com a figura do mediador, o Ivan Mizanzuk, e convidados que se reúnem para falar sobre assuntos em comum. Como nas redes sociais, muitas vezes, as pessoas convidadas a falar têm relação pessoal com o tema. Em outras, a conversa é legitimada por relações com a legitimidade de instituições como a universidade, o direito e a imprensa. As sensibilidades políticas articuladas no textão do *AntiCast* são marcadas por disputas políticas entre esquerda e direita, polarizadas após as eleições da presidente Dilma Rousseff, em 2014, com a divisão do país entre “petralhas e coxinhas”. Essas sensibilidades articuladas no *podcast* deixam ver a crença de que os ambientes virtuais são lugares de encontro e de conformação de comunidades de pessoas com pensamentos em comum, mas também são lugares marcados por disputas políticas, expressas por textões e tretas cotidianas.

Essas sensibilidades disputam formas diversas de fazer política e, no *AntiCast*, expressam esforços de linguagem que tentam inserir corpos e sensibilidades políticas contra-hegemônicas como contraponto para movimentos conservadores de direita. De um lado, isso é feito a partir da figura do mediador Ivan Mizanzuk, que se apresenta como um sujeito disposto a desconstruir, em si mesmo, preconceitos de valores arraigados na sociedade brasileira, como

---

<sup>37</sup> Mais sobre esse tipo de episódio disponível em: <<http://escrevalolaescreva.blogspot.com.br/2017/06/cade-as-feministas.html>>.

o machismo, a homofobia, a transfobia e o racismo, um movimento que, como vimos, é compartilhado no nosso ambiente comunicacional. De outro, está na criação de espaços próprios dentro da rede *AntiCast* para sujeitos que expressam, com seus corpos negros, transgêneros, gays, femininos, não-binários e formas de fazer política a partir da construção de visibilidade.

#### **4.4 *Desobediência Sonora*: rupturas e continuidades de um som desobediente**

O *Desobediência Sonora* é um *podcast* criado em 2013 com o objetivo de ser um “registro histórico e de divulgação da música independente e movimentações políticas, sociais, culturais e artísticas, sobretudo de caráter anticapitalista” (DESOBEDIÊNCIA SONORA, 2017, s/p). Com a intenção de ser um registro das apropriações e resistências do cotidiano da cidade de São Paulo, o *Desobediência Sonora* descreve a si mesmo como uma dessas apropriações. Na página “Quem Somos” do blog que hospeda e divulga as edições, os autores, que não são identificados nominalmente, contam a trajetória do *podcast* como uma apropriação de um antigo programa chamado *Frequência Damata*. Inicialmente vinculado a um estúdio de gravação, o Estúdio Damata, localizado na Zona Norte da cidade de São Paulo, o *podcast* foi deixando de ser um programa atrelado a um estúdio profissional para se configurar como um programa independente feito com o uso de gravadores simples. No momento de escrita desta dissertação, haviam sido publicados mais de 130 episódios, mas apenas 122 estavam disponíveis online. Os primeiros episódios estão indisponíveis, sendo apenas possível recorrer a partir do 12º episódio como referência a essas primeiras gravações.

Segundo os atuais mantenedores do *podcast*, a história da criação do *Desobediência Sonora* começa em 2007 como uma ação do estúdio para a reunião de DJs e jornalistas que utilizavam o *podcast* como uma ferramenta para a divulgação das músicas e artistas comerciais, além de divulgar atividades artísticas e culturais da cidade. A partir do final de 2009, o mesmo período em que temos acesso a essa produção, há a afirmação de que a ênfase se modifica de ações comerciais para a aproximação com a música independente, mesmo que somente nas trilhas sonoras das edições. A partir desse momento, os produtores afirmam que foi definido um novo alinhamento do programa, em que os produtores não iriam mais compartilhar suas opiniões sobre música, mas convidar artistas e representantes da música independente para entrevistas (DESOBEDIÊNCIA SONORA, 2017, s.p).

A ligação com o estúdio continua até 2013. Os produtores e o estúdio inscreveram o *podcast* como um projeto em editais de financiamento público da secretaria de cultura de São Paulo, sendo contemplados com recursos para compra de novos equipamentos, realização de eventos e pagamento das horas de aluguel do estúdio onde os programas eram gravados, além de possibilitar parcerias para reprodução do programa em webrádios. É através desse edital público que temos a informação de que Fábio de Almeida Custódio é ou era um dos produtores do *podcast Desobediência Sonora*. Ele se define como produtor cultural, músico e voluntário

do *podcast*<sup>38</sup> em publicação no site da Secretaria de Cultura da Prefeitura de São Paulo. No entanto, em nenhum momento essa pessoa se apresenta nas gravações do *podcast* das quais temos acesso. O único mediador que se apresenta é Fernando, que fala seu nome não para os ouvintes, mas durante o registro de uma oficina durante a ocupação da Câmara Municipal de Guarulhos.

A necessidade de informar na descrição e diferenciar o passado comercial do *podcast* com a atual situação de anunciada independência é importante para nos ajudar a entender quais são as sensibilidades e tecnicidades relacionadas ao *Desobediência Sonora*. O rompimento com o estúdio é narrado como um ponto importante de ruptura e transformação do programa, em que a adesão a sensibilidades articuladas a discursos de resistência e oposição a valores comerciais e capitalistas é acentuada. A partir de 2013, a aproximação do programa com os movimentos sociais se acentua com o rompimento dos atuais integrantes do *podcast* com os seus parceiros de estúdio, que, segundo os produtores, queriam se transformar em “donos” do *podcast*, e a aproximação com o espaço Casa Mafalda<sup>39</sup>, que se define como um espaço cultural de autogestão compartilhada, e outros espaços similares de São Paulo, inaugurando uma trajetória de realização de eventos para a gravação de *podcasts* quinzenais, abordando o assunto música independente com questões sociais e políticas, movimentos, festivais de rua e passeatas.

A partir de 2016, é inaugurada uma nova dinâmica, em que os eventos presenciais em pontos fixos em parceria com os espaços culturais que sediavam o *podcast* são abandonados para a realização das entrevistas em locais alternados com a utilização de um gravador, o que permitiu mais mobilidade e agilidade para as gravações. Além das entrevistas com músicos independentes e movimentos sociais e políticos, a equipe do *podcast* passa a realizar, a partir de 2016, a “Oficina Livre de *Podcast*”, sendo a primeira delas realizada em uma escola estadual do interior do estado de São Paulo. A ideia de fazer as oficinas para que os próprios alunos, moradores de ocupações ou representantes de movimentos políticos falem por si é configurador da relação que esse programa estabelece com as tecnologias de comunicação:

Afirmamos que o *podcast* busca divulgar música independente e movimentações políticas, sociais, culturais e artísticas, sobretudo de caráter anticapitalista, através da perspectiva de registro histórico, compreendendo que muitas destas movimentações não têm como foco registrar suas trajetórias, se perdendo pelo Facebook, blogs e Youtube. Pensando neste eixo em 2016 estruturamos um novo site, que além de divulgar as novas edições e atividades, também possibilita armazenar toda nossa caminhada. Nele colocamos todos os cartazes de atividades que já organizamos, todas as edições da Oficina Livre de *Podcast* e também todas as entrevistas já realizadas pelo *Podcast*; estas entrevistas podem ser baixadas através do Media Fire ou visualizadas pelo YouTube (DESOBEDIÊNCIA SONORA, 2017, s.p).

---

<sup>38</sup> Informação em: <<http://spcultura.prefeitura.sp.gov.br/agente/1227/>>. Acesso em 5 jan. 2018.

<sup>39</sup> Mais informações: <<https://casamafalda.milharal.org/casamafalda>>. Acesso em 5 jan. 2018.

A partir da trajetória descrita e das nossas escolhas de escuta, pretendemos analisar como essas sensibilidades se traduzem em linguagens, ou seja, como essas sensibilidades, essas formas de sentir, se manifestam em um formato de comunicação que também é conduzido pela dimensão afetiva, perceptiva e social das tecnologias envolvidas no processo, ou seja, como, através dos programas analisados, podemos perceber essas outras tecnicidades relacionadas ao *podcast Desobediência Sonora*.



Figura 10: Captura de tela do blog *Desobediência Sonora*. Acesso em jan. 2018.

O site *Desobediência Sonora* está hospedado no Milharal.org, um sistema de publicação e hospedagem que se define como uma “plataforma independente e autônoma de comunicação para movimentos sociais, coletivos, grupos, militantes e ativistas”<sup>40</sup> (MILHARAL, 2017, s.p). A criação de uma conta no site é gratuita, mas é permitida apenas para movimentos sociais ou indivíduos que não possuam financiamento privado e público. O sistema de hospedagem afirma que irá lutar pela manutenção de conteúdos postados que estejam em sintonia com os princípios do site, como uma alternativa para a solicitação de remoção de conteúdo que consideram abusivas ou que ameacem a liberdade de expressão (MILHARAL, 2017, s.p). Entendemos que a adesão a esse tipo de iniciativa é uma ferramenta para o combate a uma possível solicitação judicial de remoção de conteúdo que ameacem interesses privados.

O que o *podcast* se propõe é ser um espaço de divulgação de música independente, movimentos e ações políticas de caráter anticapitalista. A escolha de hospedar o *podcast* no coletivo Milharal fora dos aplicativos e ferramentas mais usados por outros programas,

<sup>40</sup> Mais informações em: <<https://milharal.org/politica/>>. Acesso em 5 jan. 2018.

consciente ou inconscientemente, por falta de conhecimento ou recursos técnicos, posiciona o *Desobediência Sonora* em um movimento técnico e discursivo de oposição aos demais *podcasts* brasileiros. Um exemplo, é o tensionamento que gera a partir da própria definição do que é um *podcast*. Para os manuais de como fazer um *podcast* e nos discursos sobre os *podcasts* que apresentamos no primeiro capítulo, a existência de um *feed* que permita a inscrição dos arquivos em plataformas de distribuição é condição de existência e caracterização do formato. É a partir do *feed* que será possível para o *podcast* estar em agregadores. “Se você não tem *feed*, você NÃO (*sic*) tem um *podcast*” (MUNDO PODCAST, 2013, s/p) é a opinião de muitos dos produtores e dos formadores de opinião, como é o caso do Léo Lopes, editor e *podcaster* brasileiro, para quem o *podcast* é definido pelo modo de distribuição, ou seja, pelos *feeds* inscritos em agregadores, aproximando os ouvintes de assinantes (LOPES, 2015, l. 648).



Figura 11: Captura de tela do podcast *Desobediência Sonora* no YouTube. Acesso em jan. 2018.

Quando inserimos esse programa como formato industrial utilizando o Mapa das Mediações, podemos nos questionar como opera a mediação das Lógicas de Produção. A institucionalidade opera aí em outro ambiente, fora do que convencionalmente espera-se de um *podcast* disponível em plataformas de distribuição. Essas plataformas de hospedagem facilitam a distribuição, aumentam a possibilidade do *podcast* ser encontrado via buscas, além de potencializar o número de ouvintes. A escolha de utilizar a hospedagem do Milharal para os posts que resumem cada *podcast* e informam o link para download, além da escolha do YouTube como plataforma de distribuição, inserem o *Desobediência Sonora* em uma plataforma que é mais popular e mais acessível para o seu público. A partir desse movimento, vemos as ambiguidades nessa recusa de se adequar ao que é institucionalizado como *podcast*. De um lado, como recusa de uma técnica, é potente politicamente, ao disputar a própria noção do que é um *podcast*. Por outro, essa “desobediência” opera contra a possibilidade de aumentar

a visibilidade dos sujeitos marginalizados e ideias contra-hegemônicas articuladas no programa. A recusa dos agregadores é interessante politicamente por um lado, por outro, significa não existir para a maioria dos consumidores de *podcasts* brasileiros.

#### 4.4.1 *Podcasts* como articulação de lutas e sensibilidades de resistência

Percebemos, por sua trajetória, temática dos episódios e descrição, que o *podcast Desobediência Sonora* está relacionado a sensibilidades de resistência, de confiança na comunicação como instrumento de democratização da sociedade e na luta pela transformação das desigualdades impostas pelo capitalismo. A logomarca do programa, marcada por um fundo preto e com as letras “d” e “s”, iniciais de *Desobediência Sonora*, que simulam a forma em que os *sprays* de tinta utilizados para pichações, orienta o nosso entendimento de que a produção é relacionada com o contexto urbano e de movimentos sociais, além de práticas de contestação presentes nas cidades, como o picho e o grafite.



Figura 12: Reprodução da logomarca do podcast *Desobediência Sonora*.

Não é nosso objetivo demonstrar ou chegar à conclusão se haverá ou não transformação via comunicação, ou se o *Desobediência Sonora* cumpre o papel a que se propõe, mas ver como sensibilidades se articulam a linguagens, como se relacionam a tecnicidades, novas e antigas formas de ouvir, ver e sentir da nossa sociedade, como expressam práticas já existentes no cotidiano, e como podemos ver historicidades nesse *podcast*. Vamos concentrar nossa análise em edições que abarquem as principais sensibilidades articuladas pelo programa: sensibilidades opostas a valores do capitalismo, como a propriedade privada e o individualismo, e sensibilidades de contestação social e política feitas a partir de expressões artísticas.

Os *podcasts* que mais articulam as sensibilidades de resistência ao capitalismo são aqueles que se dedicam ao registro de ocupações de coletivos e grupos relacionados ao direito à moradia e ocupação do espaço público na cidade de São Paulo. Essas sensibilidades estão relacionadas com tecnicidades que encaram os meios de comunicação, e nesse caso o *Desobediência Sonora*, como uma ferramenta para registro e expressão das vivências das pessoas que estão na ocupação. A prática de realizar o *podcast* nas ocupações, visitando o

espaço com os gravadores que são utilizados, e o próprio ato de fazer o *podcast* com o tema são entendidos pelos produtores como ferramentas de resistência e apoio ao movimento, como podemos ver no episódio #133 – *Ocupação Marias da Consolação*. A abertura é sempre elaborada com a voz de uma pessoa diferente daquela que normalmente vai até os lugares gravar os registros. Nesse episódio, é uma voz feminina – não identificada nominalmente – que apresenta o tema principal do episódio e informa o local da ocupação para quem tem o interesse de comparecer no dia em que estava marcada a reintegração de posse<sup>41</sup>. O trecho descrito abaixo é executado na sequência de uma vinheta de abertura que se repete em todos os programas, mas não menciona o nome do *podcast*:

***Desobediência Sonora #133 – Ocupação Marias da Consolação***

**Apresentadora:** Estamos no ar, *podcast Desobediência Sonora*, edição 133. Nesta edição, entrevista com a ocupação Marias da Consolação. Essa entrevista foi gravada no dia 23 de novembro de 2017, no centro de São Paulo. Outras edições do *podcast* no [DesobedienciaSonora.milharal.org](http://DesobedienciaSonora.milharal.org) ou pelo Facebook e YouTube. A “ocupa” Marias da Consolação está com reintegração de posse marcada para o próximo dia 29 de novembro. Portanto, no dia 28, terça-feira, a “ocupa” convida quem puder e quiser apoiar para somar. O endereço é Rua da Consolação, 1918.

Entendemos que a ausência de apresentação do entrevistador quebra o caráter de personalidade de um locutor do rádio e se distancia de matrizes culturais da linguagem radiofônica que enfatizam o papel importante do mediador, assim como nos demais *podcasts* analisados nessa dissertação. A falta de identificação das pessoas que apresentam o programa dá um tom de impessoalidade e enfatiza que o tema e motivação principal das edições não é o programa em si, nem o reconhecimento de uma pessoa ou organização, mas a propagação dos movimentos e ideias ali representadas, deixando o individual de lado para a ênfase no coletivo.

O caráter de registro que o *Desobediência Sonora* retoricamente tenta imprimir é articulado em esforços de linguagem presentes no *podcast*. Embora reconheçamos que o registro pode ser feito com ou sem edições de fala e utilizando múltiplos recursos sonoros, a escolha do programa é a de que os registros sejam feitos com poucas intervenções dos mediadores. As seções do programa são divididas em cortes secos, sem chamadas para a maioria das músicas, que são executadas na íntegra. O entrevistador intervém eventualmente com novas perguntas para os entrevistados, mas somente quando eles desviam do assunto ou

---

<sup>41</sup> O local, conhecido anteriormente como boate da Tia Olga, era um espaço usado para prostituição e foi ocupado no dia 25 de maio de 2017 por um movimento que se descreve como autônomo e composto de mulheres, famílias e mães e pais solos e comunidades LGTB. A reintegração de posse estava marcada para o dia 29 de novembro de 2017. Nesse dia, foi marcada uma Virada Cultural para inibir ações violentas da polícia durante a reintegração de posse. Por informações da página Marias da Consolação, após a reintegração, os moradores foram para outras ocupações. Mais informações e registros em vídeo da reintegração de posse em: <https://www.facebook.com/mariasdaconsolacao>. Acesso em 5 jan. 2018.

parecem concluir o pensamento, nas demais situações a atitude principal é deixar que os convidados falem até concluírem o seu raciocínio, sem período de tempo definido para cada entrevistado, o que gera falas longas. Não há muita intervenção do entrevistador nas falas das pessoas entrevistadas, nem a inserção de comentários, positivos ou negativos sobre o que está sendo dito. O material apresentado parece ter poucas edições.

O que se consolida como uma linguagem de registro para o *Desobediência Sonora* fica mais nítido nos episódios #133 – *Ocupação Marias da Consolação* e no episódio #130 - *Ocupação Independente Aqualtune*. Os programas começam com a vinheta de abertura que é característica de todas as edições. No primeiro, após o trecho de abertura citado acima, o entrevistador afirma que está no “dia de hoje” visitando a Ocupação Marias da Consolação. Essa voz masculina não identificada é quem faz as perguntas para três pessoas diferentes que vivem na ocupação, com o objetivo de conversar com aqueles que moram no local ou participam como voluntários, enfatizando a história pessoal e a relação de cada uma das pessoas com o movimento.

#### ***Desobediência Sonora #133 – Ocupação Marias da Consolação***

**Entrevistador:** Salve, tamo no ar, *podcast Desobediência Sonora*, nesta edição eu tenho o prazer de estar aqui na ocupa Marias da Consolação para conversar um pouco com o pessoal sobre as histórias aqui da ocupação e contar um pouco da caminhada de cada pessoa. E aí, tamo aqui com a primeira pessoa que eu queria que se apresentasse e contasse um pouco do seu envolvimento com a ocupação.

**Jéssica:** Então, meu nome é Jessica, eu tenho 18 anos e eu sou militante autônoma, anarquista, secundarista. E meu envolvimento com a ocupação ele tem várias etapas, né, tem duas etapas nele. Desde o processo quando a gente colou junto com a ocupação, já foi uma coisa que a gente planejou. E o espaço das Marias da Consolação é um espaço bem importante também significativo, porque antigamente isso aqui era uma casa de prostituição, era a antiga boate da Dona Olga, aqui foi um palco de exploração sexual, de diversas coisas que a gente fica de cara, dessa sociedade que tem dinheiro que acha... e também de escravidão da mulher (...).

Após esse trecho, Jéssica continua falando sobre a importância da ocupação em um trecho de mais cinco minutos sem interrupção do entrevistador, em que ela discorre sobre o contexto político atual e as ações do prefeito João Dória. A fala está relacionada as posições políticas do *podcast* e enfatiza o contexto de exploração capitalista e desrespeito aos direitos humanos e de moradia por parte das classes mais privilegiadas, e da importância da ocupação da qual ela faz parte, tanto em relação à reivindicação do direito à moradia daqueles que estão morando no espaço, quanto na importância das ações que foram feitas durante o processo, como uma cooperativa de reciclagem de alimentos e das atividades para as crianças.

À pergunta inicial, o entrevistador acrescenta mais perguntas sobre quais foram as atividades na ocupação que mais a marcaram, como funciona a escola libertária e se a ocupação

tem alguma relação com partidos políticos. A mesma dinâmica de entrevista ocorre para as outras quatro mulheres entrevistadas a seguir, que contam sobre o dia a dia da ocupação e como era a forma de organização de suas atividades. As entrevistas são feitas no local da ocupação e, além da voz das entrevistadas, podemos perceber o ruído do ambiente, como barulho de televisão, de crianças, de outras pessoas que passam pelo local da entrevista e por vezes cumprimentam as entrevistadas. Além do barulho ambiente, que por vezes impede a compreensão total do que as entrevistadas estão falando, neste episódio é usada a música *Nossa Missão é Outra*, do grupo paulistano e de inspiração jamaicana Amanajé Sound System, como *background* sonoro durante toda a duração do programa.

No episódio #130 - *Ocupação Independente Aqualtune*<sup>42</sup>, percebemos os mesmos usos de linguagem descritos acima. Nesse episódio, no entanto, é uma voz masculina que informa que o *podcast* está no ar e anuncia o assunto do dia de forma breve, rápida, formal e sucinta, reafirmando o caráter de estético de registro do *Desobediência Sonora*, como uma legenda sonora, que apenas informa o que virá a seguir, e registra o dia de gravação. Após a primeira música, o entrevistador mantém a mesma abordagem em relação às pessoas entrevistadas no episódio da ocupação da Marias da Consolação: poucas intervenções e aposta no desenvolvimento das narrativas das pessoas entrevistadas.

Enquanto tecnicidades, ou seja, o que na linguagem expressam valores, percebemos que a estrutura do programa tenta construir o sentido de registro das atividades e do cotidiano de uma ocupação. Podemos ver aqui, as ambiguidades do *Desobediência Sonora* em relação ao uso das linguagens. Enquanto se posicionam retoricamente como opositores a valores institucionalizados, com a retórica do registro reproduzem o discurso que remonta à crença de que a arte reflete a realidade e, se não o fizer, torna-se falsa, ou sem importância, um modo de pensamento que remete ao materialismo histórico (WILLIAMS, 1979, p. 98).

Podemos ver na entrevista com as duas lideranças da Ocupação Independente Aqualtune que, embora seja estruturada a partir de uma entrevista, um formato comum tanto na linguagem radiofônica como em outros meios, a necessidade não é um apelo informacional, mas testemunhal, não do entrevistado em si, mas da ocupação, do movimento, enfatizando o caráter retórico de registro de uma manifestação coletiva de oposição ao valor da propriedade privada. As perguntas sobre como começou o movimento da ocupação, como funciona a organização da ocupação em termos de divisão de tarefas, quais são as consequências do processo de

---

<sup>42</sup> Mais informações: <<https://jornalistaslivres.org/2017/10/ocupacao-liderada-por-mulheres-esta-ameacada-de-reintegracao/>> e <<http://www.redebrasilatual.com.br/cidadania/2017/10/ocupacao-em-pinheiros-faz-virada-cultural-contra-ameaca-de-reintegracao>> Acesso em 5 jan. 2018.

reintegração de posse, são repetidas durante o programa, feitas para as duas lideranças que foram entrevistadas em momentos diferentes. Aqui há o afastamento de uma síntese ou objetividade que se caracterizou como matriz cultural do radiojornalismo para a necessidade de registrar a fala de cada uma das lideranças sobre o mesmo assunto, mesmo que as informações sejam repetidas, demonstrando a crença nos meios de comunicação como ferramentas para a replicação fiel da realidade.

### **Desobediência Sonora #130 – Ocupação Independente Aqaltune**

**Minuto: 8:00**

**Entrevistador: Como é que foi o processo de ocupação aqui, como que foi o início dessa ocupação?**

**Aline:** Então, esse prédio ficou oito anos parado. O pessoal tem que fazer uma pesquisa, ver, verificar mesmo se é isso, se tá, e aí a gente aguardou um final de semana e a gente entrou na madrugada. Mas como veio muita família, o pessoal de manhã começou a perceber a movimentação, né, aí já chamaram a polícia logo de cara, aí a polícia fez o B.O e foi embora. Aí o dono apareceu. Aí ele apareceu e começou a ameaçar o pessoal do movimento. Subiu, desceu, aí com três dias da ocupação o pessoal estava aqui e trocaram o cadeado, tinha só um cadeado aqui embaixo no portão. O pessoal queria sair e não tinha a chave. Até hoje a gente não sabe quem foi. (...) O pessoal ficou preso e você vê claramente que isso foi a ideia de vou deixar preso lá, depois a gente pega e faz qualquer coisa, ou mata, você já pensou se bota fogo e o pessoal vai todo morrer aqui queimado? E é assim... (...).

### **Desobediência Sonora #130 – Ocupação Independente Aqaltune**

**Minuto: 35:34**

**Entrevistador: Karina, queria que você contasse para a gente como é que foi o processo de ocupação desse espaço? Como é que foi o início, como é que foi mapear o local?**

**Karina:** Então, a gente morava no prédio que era o antigo Banco Santos, ali na Marginal Pinheiros e a gente recebeu o pedido de reintegração. A partir desse momento, a gente começa a procurar outro lugar. A gente luta na Justiça, a gente tem advogado, a gente luta, mas sempre o lado fraco não se dá muito bem, os donos do prédio sempre ganham. A gente já começa a procurar e saber quais outros lugares a gente pode ir. (...) Alguém falou desse prédio e começamos a prestar atenção se estava vazio realmente. E preparar, né, porque a gente ia sair lá. E aí a gente, depois de duas semanas olhando todos os dias, durante a noite de madrugada, e aí a gente ocupou. Sempre tem os colaboradores que vem com a gente ou os moradores. Porque temos que ficar 48 horas dentro do prédio que é o tempo para a polícia não tirar a gente. Passou as 48 horas a única coisa que a polícia pode fazer é um boletim de ocorrência e aí segue para o juiz e tem que pedir reintegração de posse. (...) Aqui a polícia chegou bem truculenta, aparentemente eles iam entrar com pé na porta, aí depois eles recuaram, eles viram uma moça grávida, a gente fez o boletim de ocorrência e estamos aí há um ano e oito meses.

O mesmo caráter de registro é percebido ao final do programa, quando há uma sonora com uma criança. Esse trecho do áudio segue após a música com um corte seco. O mesmo entrevistador faz perguntas para a criança, sobre quais são as brincadeiras que ela mais gosta de fazer. Depois desse trecho, sem corte ou anúncio, há o registro de um maracatu realizado durante a virada cultural contra a reintegração de posse da ocupação, que ocupa os nove minutos finais do *podcast*. A informação de que é um maracatu é exibida apenas na descrição do vídeo. Para o ouvinte e para a estrutura do *podcast*, o maracatu gravado durante a Virada Cultural funciona como a música de encerramento do programa.

Percebemos aqui que o caráter “cru” do áudio utilizado pelo *Desobediência Sonora*, ou seja, um áudio marcado pela baixa manipulação e tratamento, em que os ruídos, redundâncias e sons ambientes estão presentes no *podcast*, ao mesmo tempo, por incapacidade técnica de possuir melhores microfones, mas também por escolhas estéticas que se configuram enquanto tecnicidades. Os ruídos de uma gravação podem, mesmo com equipamentos de captação de baixa qualidade, em alguma medida, serem removidos por edição e tratamento<sup>43</sup>. É a partir do áudio sem tratamento que poderemos interpretar o que o *Desobediência Sonora* entende como “registro histórico” dos acontecimentos dessas ocupações. As escolhas de linguagem do *Desobediência Sonora* se articulam a tecnicidades que se opõem ao áudio tratado, e nos apresentam um áudio “desobediente” para marcar o seu apelo de veracidade em relação aos temas que escolhem registrar e de oposição em relação ao que se configurou como regras de linguagens tidas como de qualidade para o rádio e os *podcasts*. A escolha estilística de manter o áudio sem tratamento e a baixa adesão a princípios conformadores da entrevista – como a ausência de repetição e redundância - articulam tecnicidades que se conectam à tentativa retórica de imprimir um registro histórico considerado autêntico, real, e de testemunho de uma ação coletiva de oposição ao valor da propriedade privada, valores esses, teoricamente, compartilhados por aqueles que estão na ocupação, produzem o *podcast* e por seus ouvintes.

Percebemos que as sensibilidades de autonomia, resistência às desigualdades sociais e econômicas, e o repúdio às instituições do estado capitalista também direcionam as escolhas de edição, seleção das entrevistas e das perguntas que serão feitas para os entrevistados. Além dos *podcasts* sobre as ocupações, dentre os programas analisados estão os episódios *Podcast #127 – A Craco Resiste*, que entrevista um coletivo contra a violência policial que faz ações culturais e de vigília na Cracolândia, em São Paulo, e o episódio *Podcast #123 - 30 dias por Rafael Braga*, sobre um grupo de jovens que reúne esforços contra a condenação de Rafael Braga, preso durante as manifestações de junho de 2013 e julgado por tráfico de drogas.

O repúdio a instituições do estado opera em perguntas recorrentes que o entrevistador faz como estratégias que marcam o posicionamento político e as escolhas ideológicas do programa. Nos programas sobre as ocupações, o mediador pergunta para todas as entrevistadas se os movimentos têm ligações com partidos políticos, assim como no episódio *Podcast #86 – Fábrica Ocupada Flaskô*. Além de perguntar sobre o dia a dia nas fábricas e as formas de organização de uma fábrica que é gerida pelos próprios trabalhadores, a pergunta sobre a

---

<sup>43</sup> Um dos exemplos é este tutorial que ensina o passo a passo para remover ruídos de uma gravação através do software *Audacity*: <<https://www.tecmundo.com.br/audio/7757-audacity-como-remover-ruídos-de-arquivos-de-audio.htm>>. Acesso em 10 jan. 2017.

ligação com partidos políticos e sindicatos é uma das questões centrais para marcar o alinhamento dos representantes dos movimentos entrevistados com os valores do *podcast*. Nesse caso, a resposta esperada é que os representantes dos movimentos e coletivos reafirmem a oposição ao alinhamento aos partidos políticos.

O *Desobediência Sonora* posiciona a comunicação como uma via para a resistência e transformação da sociedade. Dessa forma, os recursos e linguagens utilizados no *podcast* são configurados para expressar o valor de que o próprio programa é uma dessas manifestações de resistência. Entendemos assim que o *Desobediência Sonora* pode ser aproximado ao que passou a ser definido como ativismo midiático, ou mídia tática, que configuram as práticas de utilizar o que são consideradas "mídias baratas", no estilo faça você mesmo, por grupos e indivíduos que se sentem excluídos pela cultura hegemônica (MAZETTI, 2007, p. 3) e podem ser relacionados com a crença nos meios de comunicação como “o papel de agente de transformação social, a ênfase dada à ação direta em detrimento à busca por representatividade e o fato de que buscam formar uma rede” (MAZETTI, 2007, p. 6).

Historicamente, essa prática não é nova, já se expressava desde os fanzines até as apropriações de rádios comunitárias e piratas, mas como é comum com o surgimento de novos aparatos tecnológicos um novo elemento de tensão se apresenta como reconfigurador de antigas práticas. Com a internet, a política, os movimentos sociais e os meios de comunicação são tensionados. No caso do ativismo midiático, a internet, desde o seu surgimento, é envolvida por um discurso sobre um mundo de novas possibilidades, facilidade de divulgação, e conexão entre pessoas. A promessa de transformação social a partir da utilização da internet está presente nos discursos sobre as redes digitais desde o seu surgimento e se intensificaram no Brasil a partir de 2013 com as manifestações públicas a partir das demandas do Movimento Passe Livre, convocadas via internet, assim como experiências da Primavera Árabe e *Occupy Wall Street*, mais recentemente.

Ao analisarmos as historicidades do *Desobediência Sonora* podemos conectar as suas práticas e linguagens a elementos que remetem aos usos da linguagem radiofônica nas rádios favelas, rádio-postes, fanzines, jornais de sindicatos, rádio-piratas, enfim, movimentos que entendem a luta pela comunicação como direito humano. Percebemos que seus discursos estão historicamente atrelados a matrizes culturais das rádios piratas que proliferaram no Brasil nas décadas de 1980. "Nestas emissoras, sempre minoritárias, o ouvinte era tratado como um cúmplice, um aliado nesta guerrilha surda contra o 'poder estabelecido', personificado pela indústria cultural" (KISCHINHEVSKY, 2007, p. 24). Com a popularização da internet, a prática de rádios piratas dá lugar a formatos de distribuição que podem atingir um público

amplo sem infringir a lei (KISCHINHEVSKY, 2007, p. 117). Enquanto nas rádios comunitárias o grande impeditivo são as restrições legais e a distribuição do espaço de ondas sonoras para grupos políticos e religiosos, em detrimento das emissões feitas efetivamente por comunidades autônomas, em relação aos *podcasts*, os limites são o acesso à rede por parte dos ouvintes que, embora tenha aumentado nos últimos anos, ainda são demarcados por uma restrição de classe social e poder econômico. Embora a internet se apresente como ferramenta de democratização, as próprias escolhas técnicas do *podcast* dificultam a popularização.

Ainda no entendimento de que as tecnologias e o próprio *podcast* são ferramentas de resistência, a equipe do *Desobediência Sonora* passou a realizar “oficinas livres” de criação de *podcast* para coletivos, escolas e comunidades para serem utilizados como instrumentos de emancipação e expressão desses indivíduos e coletividades. Os resultados das oficinas são publicados no canal do YouTube do *Desobediência Sonora*. Entre os objetivos dessas oficinas, segundo seus organizadores, estão que os seus participantes “possam replicar tal recurso a partir da perspectiva de mídia independente” (DESOBEDIÊNCIA SONORA, 2017, s.p).

Um desses episódios é chamado de *Ocupação Sonora #1 - A luta por moradia na cidade de São Paulo e a gestão Dória*<sup>44</sup> e foi feito durante a Virada Cultural Contra o Despejo da Ocupação Independente Aqualtune. Neste episódio, em um áudio de 8 minutos, uma voz feminina lê um texto escrito previamente. A vinheta do programa é feita a partir do coro de crianças da ocupação gritando o nome do *podcast* com um som de bateria ao fundo. O texto denuncia as políticas da gestão do prefeito de São Paulo João Dória em relação aos moradores de rua, como o uso de jatos de água em barracas e cobertores de pessoas que dormem na rua, no centro de São Paulo.

Em termos de linguagem e tecnicidades, a estrutura é a mesma que foi ensinada pelo coletivo *Desobediência Sonora*. O uso do texto escrito demonstra as ambiguidades das possibilidades do programa. Ao mesmo tempo em que afirma retoricamente a necessidade do “registro fiel” em suas edições, ao ensinar a produção de *podcasts*, o coletivo apela para o enquadramento da leitura de um texto escrito prévio feito pelos moradores da ocupação. Em alguns momentos, percebemos que, mesmo com o texto escrito, a moradora ensaia uma fala espontânea que demonstra as potencialidades da apropriação da tecnologia por setores populares, mas que não se efetiva pois foi conformada pelo processo de produção.

---

<sup>44</sup> Fonte: Virada Cultural Contra o Despejo, <<https://www.facebook.com/ocupacaoaqualtune2016/posts/1788892374741583>>. Acesso em 5 jan. 2018.

#### 4.4.2 A música como expressão de sensibilidades e as historicidades do rádio

A relação com a música faz parte da história do *Desobediência Sonora* e se configura como elemento que o conecta tanto a sua trajetória enquanto *Frequência Damata* - o *podcast* com relações comerciais com um estúdio profissional e que foi apropriado discursivamente pelo coletivo *Desobediência Sonora* – como também nos deixa ver diferentes temporalidades articuladas neste *podcast*, por se remeter retoricamente e discursivamente a novas formas de distribuição, relacionadas a sensibilidades *underground* e de oposição ao capitalismo, mas reproduzir formatos e formas de fazer instituídos nas rádios FM musicais.

Mesmo em sua relação com o estúdio comercial *Frequência Damata*, as relações e escolhas sobre quais eram os artistas convidados para o *podcast* operavam na tensão entre o *underground* e o *mainstream*, em que os apresentadores definiam o programa como uma "miscigenação musical, como sempre, com sua essência *underground* até o talo". A divisão que se faz é entre os "outros", aqueles que podem ser considerados da indústria *mainstream*, relacionadas a grandes gravadoras, e aqueles que são considerados *underground*, que remetem a um contexto cultural intensificado no final da década de 1970, atrelados ao *punk rock*, cuja proposta era uma produção Do It Yourself (DIY, faça você mesmo) com a aproximação a ideias anarquistas, produção de fanzines e gravações caseiras (LIMA, 2015, p. 696). Acompanhamos o entendimento de que, apesar de esses dois rótulos parecerem binários, a adoção deles não está livre de ambiguidades e debates ideológicos (LIMA, 2015, p. 694). No *Desobediência Sonora*, vemos que a ligação com o *underground* é feita discursivamente e através da escolha dos músicos que participam das gravações do programa, para marcar seu posicionamento político.

Os primeiros programas do *Frequência Damata* operam mais marcadamente com a matriz cultural da entrevista, do jornalismo cultural e das rádios musicais FM. Podemos perceber marcas comuns dos programas de entrevista das rádios jovem ou rádios rock, que começaram a se consolidar no Brasil a partir da década de 1970 (KISCHINHEVSKY, 2007, p. 35), como a ênfase na programação musical, entrevista com artistas e apresentadores que conduzem os programas com humor e sem formalidades. Um desses episódios, o primeiro da fase *Frequência Sonora* ao qual temos acesso, é uma entrevista com o rapper paulistano Kamau, que estava, no momento, divulgando o seu CD. A abertura do programa opera ainda nas matrizes culturais do rádio musical, configurada como uma vinheta que começa com um barulho de estática comum ao ato de mudar a estação de rádio, seguido de outras músicas de diversos gêneros musicais, trechos de falas de um programa jornalístico, até chegar ao um trecho que anuncia o *Frequência Damata*.

A fala, o tom de voz e expressões usadas pelos apresentadores são marcadas pelo coloquialismo, informalidade e humor. Os apresentadores iniciam o programa utilizando gírias das periferias de São Paulo, atreladas à identidade do hip hop. O programa é centralizado nas perguntas feitas sobre a carreira do rapper Kamau, como ele começou no hip hop e quais foram os seus primeiros passos. Os dois apresentadores fazem o papel de mediação para que o convidado, ao longo do programa, possa ser conduzido para falar da sua trajetória e o seu trabalho. A identificação dos apresentadores ou também era inexistente nesta fase do programa ou foi retirada por edição no arquivo que está disponível no YouTube. Os equipamentos do estúdio permitiam uma melhor qualidade técnica do som, que pode ser percebida pela ausência de ruídos e a possibilidade de múltiplos canais de som que facilitam a inserção simultânea de trilha sonora e *background*, além da fidelidade sonora e na acuidade da audição das falas dos convidados. Entre cada bloco de entrevista, o programa se dedica a reprodução de três canções. Os apresentadores afirmam que vão “tomar uma água”, uma brincadeira para marcar a divisão dos blocos com as músicas. Na volta, eles apresentam as bandas e comentam as músicas que foram tocadas juntamente com o convidado, prática que foi abandonada no *Desobediência Sonora*, em que o crédito das músicas só é dado na descrição do vídeo e no blog do *podcast*.

Vemos, assim, como a divisão das duas fases do programa operam em diferenças que, na prática, são apenas discursivas, porque ainda vemos continuidades na articulação de matrizes culturais do rádio musical FM, mesmo que o programa apresente o *podcast* como algo da ordem do novo, capaz de vencer as barreiras das rádios comerciais. Nesse episódio, o próprio rapper coloca o *podcast* como elemento alternativo para a visibilidade de músicos como ele, e enfatiza que a perseguição às rádios comunitárias deixou os artistas *undergournd* com ainda menos espaço para falar, sendo os *podcasts* uma das opções para reverter esse cenário.

A partir da apropriação do *Frequência Damata* e a consolidação do coletivo *Desobediência Sonora*, observa-se o esforço discursivo e de linguagem para “mesclar o meio musical com o político”, tanto em relação a quais são os artistas convidados, quanto em relação à utilização da música em *podcasts* que são centrados em registros de movimentos sociais e coletivos. Nos episódios sobre grupos musicais da nova fase do *Desobediência Sonora*, vemos uma tentativa de trabalhar a linguagem e estrutura do programa ainda atrelada às matrizes do jornalismo cultural das rádios musicais e jovens FM, com a centralidade da entrevista e da trajetória do artista como tema central, mas também com a adesão às estratégias de impessoalidade e coletivismo que marcam a apropriação e nova fase do programa.

Assim como nos programas das ocupações, há a tentativa retórica de imprimir a estética do registro histórico. O entrevistador, assim como no registro das ocupações, deixa de fazer

comentários, dar sugestões e faz poucas intervenções além das perguntas que conduzem os convidados. Esse procedimento foi percebido nos episódios #122 - *Comunidade Carcerária* e #101 - *Rap Plus Size*. Diferentemente do tempo de estúdio, as músicas apresentadas nesse programa deixam de se configurar como programação musical. Apenas as músicas dos grupos entrevistados são executadas, marcando a ênfase na retórica do registro e divulgação da banda que está sendo promovida como parte dos objetivos políticos do *podcast*.

A forma como é utilizada a música no *Desobediência Sonora* também é considerada aqui um elemento configurador de suas tecnicidades. A música também é uma parte importante da linguagem da nova fase do *podcast*. Em termos de estrutura, a música faz o papel de condutora do programa, se transforma e preenche o espaço do apresentador que não está presente com sua voz para conduzir os ouvintes. A condução através da música é feita a partir da repetição da seguinte estrutura: uma canção logo após a abertura e o trecho inicial que apresenta o tema do programa, e uma canção completa executada depois de cada bloco de entrevista, assim como forma de encerramento da edição. Podemos ver como a utilização das músicas dessa forma nos episódios #86 - *Fábrica Ocupada Flaskô*, #123 - *30 dias por Rafael Braga*, #127 - *A Craco Resiste*, #130 - *Ocupação Independente Aqualtune* e #133 - *Ocupação Marias da Consolação*. Vemos aqui, mais do que nos outros *podcasts* analisados anteriormente, como o papel da música insere-se como um elemento importante de linguagem que convoca sensibilidades relacionadas ao *Desobediência Sonora*. As músicas escolhidas como separação sonora entre trechos de entrevistas são de gêneros musicais relacionados, historicamente, a movimentos de resistência e protesto, como o punk, o rock e o hip hop.

No caso do programa que registra a Ocupação Independente Aqualtune, a primeira música que abre a edição refere-se ao crescimento desordenado das grandes cidades brasileiras, à formação de periferias que não recebem os mesmos investimentos públicos dos governos, além de expressarem as desigualdades sociais e econômicas de um sistema capitalista baseado na exploração do trabalho e concentração de riqueza. Temas que acompanham o assunto principal do episódio e as falas das entrevistadas. Após a apresentação do tema do *podcast*, sem chamada, é inserida a música “Ocupar e Resistir”, da banda com influência de hardcore e punk Maldita Ambição, criada em Praia Grande, em São Paulo. Além de inserir nos programas os gêneros e sonoridades tidos historicamente como de protesto, há a tentativa de combinar letras e sonoridades nos programas. No caso de “Ocupar e Resistir”<sup>45</sup>, assim como a letra, também as

---

<sup>45</sup> “Ocupar e Resistir”, Maldita Ambição: Crescimento desordenado/ Aglomeração de pessoas/ Em moradias precárias/ Condições sub-humanas/ As margens da sociedade/ Atrocidades acontecem/ Realidade vivida por

sonoridades da música estão relacionadas com o *hardcore*, derivado do punk, em que letras de contestação social e política são articuladas a ritmos com tempos e dicção acelerados<sup>46</sup>.

A música faz o papel de divisão entre entrevistas com pessoas diferentes nos episódios das ocupações. O hábito de anunciar quais são as músicas a seguir, tão característico de divisão de blocos musicais de rádios FM, não é uma prática comum nos episódios tidos como registros. Os nomes das músicas e dos artistas não são ditos nessa fase do programa. Essas informações estão registradas na página onde o arquivo de áudio está hospedado e na descrição do YouTube. Um desses exemplos é no episódio sobre a ocupação Marias da Consolação. Após a vinheta de abertura é tocada a música “Mambo”, da rapper paulista Souto MC. A música remete ao cenário de música independente que permeia a história do *podcast*, além de fazer referência aos movimentos sociais e artísticos ligados à cena do hip hop no Brasil, um movimento que representa, nas raízes do seu surgimento nos Estados Unidos e da sua apropriação no Brasil, práticas e expressões artísticas que são utilizadas como forma de expressão e denúncias de desigualdades raciais e sociais das periferias (CONCEIÇÃO; SANTOS, 2010, p. 11).

Neste episódio, a escolha da trilha sonora de quatro *rappers* mulheres também se relaciona com a sensibilidade de resistência ao qual se ancora o episódio. A ocupação Marias da Consolação, por seu nome e na história do prédio que é ocupado, remete aos papéis das mulheres na sociedade. As mulheres afirmam na entrevista que resignificaram o espaço, transformando um local de exploração sexual de mulheres, um prédio posteriormente abandonado, em um ambiente de resistência e de autogestão feminina. As músicas, como “Mambo”, se referem a um ambiente de resistência, a cenários desafiadores em que o eu-lírico feminino reafirma a sua resistência, se referindo a um “eles” antagônico. Além do fato de todas as músicas escolhidas serem de mulheres, assim como as representantes da Marias da Consolação, suas letras reafirmam o caráter de resistência testemunhado pelas entrevistadas. E seu gênero, o hip hop, apresenta sonoridades que se configuram como resistentes, fazendo, mais uma vez, a relação entre os gêneros e sonoridades e as letras que dialogam com os episódios. A música, então, tida aqui como articulada com as tecnicidades, expressa a dupla função de ser uma separação de blocos, entre uma entrevista e outra, e também estar relacionada aos valores

---

muitos/ Que sustem a riqueza de poucos/ Ocupar e resistir/ Para propriedade privada deixar de existir/ Produzir e criar/ Comunas livres para lutar/ A era da globalização/ Avança às custas da destruição/ Cobiça corporativa/ Exploração, mão de obra infantil/ Aumentam as necessidades/ Diminuem as oportunidades/ Malditos latifundiários/ Massacram o trabalhador camponês.

<sup>46</sup> A música está disponível no YouTube, em: <<https://www.youtube.com/watch?v=ay1Q8X1B0xI&t=232s>>. Acesso em 5 jan. 2018.

que a música e a arte têm para o *podcast*, uma ferramenta de expressão e denúncia das desigualdades sociais que o *podcast* tenta combater.

A partir da nossa análise, podemos definir a estrutura padrão de um episódio do *Desobediência Sonora* com uma abertura que não identifica nominalmente qual é o *podcast*. Na apresentação, os apresentadores são trocados frequentemente e não se apresentam nominalmente. Há troca entre vozes masculinas e femininas que se revezam para apresentar brevemente o tema do episódio. Após a abertura, uma música relacionada ao tema da edição é executada. A partir daí, trechos de entrevistas são intercalados com a execução de músicas. Geralmente, o final é uma convocação do entrevistador para que o entrevistado dê um “recado final” aos ouvintes e anunciem os contatos da banda, coletivo ou movimento.

A apropriação feita pelo *Desobediência Sonora* nos mostra o contexto sociocultural em que as desigualdades econômicas e sociais resultantes do capitalismo e da globalização são expressas com articulação a tecnicidades. Isso é percebido na retórica do registro de grupos, coletivos e artistas que combatem os valores do capitalismo em suas práticas, seja no enfrentamento direto do valor da propriedade privada nas ocupações, seja no posicionamento crítico através de criações artísticas como a música. Ou seja, neste *podcast*, é apenas o registro das atividades que contam, sem preocupações maiores com a utilização da linguagem sonora. Na nossa análise, percebemos as ambiguidades entre os discursos sobre os potenciais de liberdade e experimentação na internet com o que é efetivamente feito em termos de esforços de linguagem que deem conta de novas formas de sentir.

Enquanto podemos observar que a crescente apropriação das tecnologias por grupos que vêm de setores subalternos pode ser uma "revanche sociocultural" nos termos de Martín-Barbero (2007, p. 20) e ser parte de uma possível construção contra-hegemônica, vemos que, no caso do *Desobediência Sonora*, essa apropriação se dá em torno de uma série de ambiguidades entre recusas, rupturas e continuidades com formas institucionalizadas da linguagem sonora. De um lado, há a recusa de deixar de operar com matrizes do rádio e o que é institucionalizado nos *podcasts*, como as escolhas dos mediadores, apresentadores e locutores. Essas escolhas estão conectadas a valores coletivos em detrimento do individualismo, da cultura da personalidade, personalidades públicas e da cultura das celebridades, tão em voga no nosso entorno tecnocomunicativo. De outro, essa recusa expressa desprezo por competências de recepção e consumo compartilhadas socialmente, o que pode gerar dificuldades na escuta do *podcast*. Por um lado, a liberdade de temática dos programas, que podem se dedicar a temas que não se encaixam nas lógicas comerciais de uma rádio ou mesmo *podcast*, tem potencial político de figurar como expressão para indivíduos e coletivos marginalizados. Por outro,

também implica nos limites de alcance de um *podcast* como o *Desobediência Sonora* que possui poucas visualizações por episódio registradas no YouTube.

As ambiguidades do *Desobediência Sonora* nos permitem ver as múltiplas temporalidades possíveis presentes em um mesmo processo comunicacional. As dualidades e ambiguidades da produção independente e da apropriação das tecnologias por setores populares demonstram como a impossibilidade de investir recursos financeiros e técnicos que trariam melhor qualidade sonora e tratamento de áudio para o programa se transformam e são identificados a partir de uma estética que têm suas matrizes culturais na cultura “do it yourself” do movimento punk. Enquanto a recusa do individualismo e da personalização com ênfase no coletivismo e em estruturas não hierarquizadas podem ser aspectos novos dos modos de apresentar um programa de rádio, a utilização da estética “do it yourself” é um elemento que remonta as mesmas práticas e estratégias de produção do movimento punk.

Sensibilidades, como as que se expressam com mais intensidade após as manifestações de junho de 2013 no Brasil, em que movimentos sociais se pautam cada vez mais na descrença e repúdio a instituições como partidos políticos e sindicatos e investem em formas como a criação de coletivos não-hierarquizados, contrastam com a questão de que, não necessariamente, sensibilidades tidas como novas se transformam em inovações na linguagem, quando comparamos esses programas aos formatos reconhecidos socialmente no rádio, como o programa de entrevistas, o jornalismo cultural e as rádios musicais da FM.

O *Desobediência Sonora*, por um lado, “desobedece” ao que é instituído como próprio dos *podcasts*, como os *feeds* e agregadores, rechaça tecnicidades próprias da internet, diferentemente de outros *podcasts* que analisamos nesta dissertação, nas suas relações com as tretas, o textão, e os memes. Por outro, adere ao que é mais institucionalizado das formas de fazer das rádios musicais FM, e na crença nos meios de comunicação e nas tecnologias como ferramentas de transformação social. A apropriação do *Desobediência Sonora* opera em ambiguidades de recusa a matrizes culturais e competências de recepção que poderiam servir, inclusive, para ajudar no processo de divulgação das ideias e sujeitos marginalizados a que o *podcast* se propõe, e a adesão a outras institucionalidades que não necessariamente contribuem para a expressão de novas formas de sentir e perceber pretendidas pelo programa.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

---

Entender os *podcasts* na sua especificidade e reconhecer o importante papel que a tecnologia desempenha nas transformações da cultura contemporânea, mas sem ceder ao determinismo tecnológico de considerá-la, por si só, uma agente de transformação social e de linguagens, foi o desafio que encaramos nesta dissertação. Para essa escolha, consideramos o *podcast*, ao mesmo tempo, como uma tecnologia e uma forma cultural. Por uma perspectiva dos estudos culturais, fomos buscar no campo das mediações, mais especificamente a mediação da tecnicidade, uma forma de relacionarmos o contexto em que estamos vivendo com as formas de sentir e ouvir articuladas nos *podcasts*.

Escolhemos, assim, trabalhar com o conceito de sensibilidades para interpretar quais são os valores acionados nos *podcasts*, articulados a partir de suas linguagens e formas de interação e publicação na internet, ou seja, como esses valores são expressos a partir das tecnicidades. As tecnicidades incorporam sensibilidades que orientam o modo de construção das linguagens. No caso dos *podcasts* analisados, as sensibilidades interpretadas a partir da análise dos programas nos deixam ver como, mais do que apenas expressarem transformações em novas formas de fazer e ouvir, os *podcasts* se relacionam com velhas formas de linguagens, com o rádio como importante matriz cultural, e sensibilidades, na maioria das vezes, hegemônicas da sociedade. O conceito de historicidade nos ajudou a interpretar não só o que há de rádio nos *podcasts*, mas como diferentes temporalidades coexistem nos produtos analisados. Tentamos compreender como essas linguagens se articulam também a valores considerados novos ou opostos e como esse movimento é composto por múltiplas ambiguidades.

Entre essas novas formas, em comparação ao que é instituído como marcas da radiodifusão, percebemos como a internet e a cultura da conectividade operam como mediadoras das formas de fazer *podcasts*. Isso fica expresso com mais ênfase nas apropriações que consideramos enquanto tecnicidades próprias das redes digitais. Enquanto expressão de transformações nas formas de fazer que demonstram relações com mudanças nas formas de sentir e perceber, no nosso caso, ouvir, percebemos que elementos das tecnicidades da internet, como o “meme”, a “treta” e o “textão”, são importantes elementos configuradores dos modos de fazer dos *podcasts* analisados. Não só por causa da técnica – porque para escutar *podcasts*, necessariamente, é preciso uma conexão com a internet – mas porque as práticas e culturas da internet estão inseridas na vida cotidiana daqueles que fazem e ouvem *podcasts*.

A importância do “meme”, enquanto elemento configurador de linguagens e formas de expressão dos *podcasts*, é percebida em quase todos os programas analisados. O meme perpassa três dos *podcasts* que compõem o nosso *corpus*. Mesmo que não tenhamos apontado na nossa análise a centralidade do meme em um *podcast* específico, como foi o caso da “treta” para o *Mamilos* e do “textão” para o *AntiCast*, percebemos como o termo “meme” é citado nas três primeiras análises, o que faz necessário relacionar a importância dessa prática no consumo cultural cotidiano. “Meme” se transforma em uma linguagem comum, aquilo que marca o encontro de trajetórias de leitura diversas nas redes digitais. Se relaciona à cultura do compartilhamento: o que é válido é aquilo que é facilmente compartilhado e viralizado e diz respeito a modos coletivos de construção das sensibilidades. O compartilhamento de “memes” opera como um dos elementos que se articulam na construção das identidades e do sentido de pertencimento a comunidades.

Podemos perceber o “meme” no modo de falar, entremeado com gírias e expressões de uso comum na internet, como algo que faz parte de uma gramática gerada e compartilhada a partir da utilização desses espaços mediados pelas redes sociais. Os exemplos são muitos, começando com o bloco “Cacete de Agulha”, termo utilizado pelo *NerdCast* para nomear a sua campanha de doação de sangue. O próprio nome do *Mamilos* é criado em referência a um “meme” e a sua intenção de debater assuntos polêmicos que estão em voga na internet, o que tem relação com a descrição da primeira fase do programa: “Os memes, *trending topics*, e polêmicas que circularam na internet durante a semana”. Mas também opera dentro do programa com as expressões utilizadas durante os debates e na nomeação do grupo de patrocinadores do programa como “Melhores Ouvintes”, outro exemplo de uma expressão comumente utilizada na internet. Da mesma forma, além de serem constantemente citados em diversas edições, o *AntiCast* dedica toda uma edição aos “memes”, o programa *AntiCast 300 – Memes e Gifs de Gatinhos*, em que os participantes conversam livremente sobre o assunto e compartilham seus “memes” preferidos, na maioria deles, aqueles que fazem piada com referências a vocabulários e temas ligados à esquerda.

Percebemos esses três elementos como formas instituídas da internet, lugares institucionalizados em um ambiente em que os principais discursos operam a partir da declaração de uma suposta liberdade e ausência de regras. Certas marcas da internet já se apresentam como aspectos institucionalizados das maneiras de produzir e consumir. A internet medeia esforços de criação da linguagem sonora quando *podcasts* como o *Mamilos* se inspiram nas “tretas” da internet, ou seja, polêmicas que estão presentes no cotidiano das redes e viram motivo de discussão nas redes sociais. Mesmo que a adesão à treta seja a partir da negação dela,

como vemos na trajetória do *Mamilos*, quando a treta é abordada como algo que precisa ser disciplinado, neutralizado e adequado a um modelo de discussão legitimado pelo programa, é por essa configuração da internet que o *Mamilos* se insere como produto comunicacional.

No *AntiCast*, vimos como os esforços de linguagem estão articulados à expressão de tecnicidades relacionadas ao que é denominado no ambiente da internet como “textão”. O “textão em áudio” do *AntiCast* se configura como uma roda de conversa que se estrutura com a figura de um mediador e convidados que são considerados aptos para falar sobre os assuntos. Assim como nos textões cotidianos das redes sociais, os convidados muitas vezes têm relação pessoal com o tema, e não necessariamente precisam ser profissionais ou especialistas. A conversa é conduzida a partir de comentários pessoais que também se encontram referendados por instituições do saber, como a universidade, a teoria, o direito e a imprensa. No *AntiCast*, os textões são articulados a sensibilidades de esquerda, em que os posicionamentos políticos são inscritos nas falas de cada convidado e do mediador.

Elemento pouco explorado nas nossas análises, a relação do humor com as redes digitais, ou “a zoeira”, como é nomeada na internet, e sua relação com os memes, se transforma em um potencial desdobramento de futuras pesquisas. O humor é um elemento configurador de muitos produtos comunicacionais contemporâneos. Elemento da vida cotidiana, o humor perpassa mesmo os produtos que não são considerados humorísticos, como o uso de alívio cômico em dramas, por exemplo. Na internet, percebemos que a recusa por aquilo que é considerado “chato”, em contraposição à “zoeira” como aspecto desejado, é um elemento configurador dos modos de fazer na internet. Percebemos esse movimento quando marcas, instituições e governos tentam se apropriar desse tipo de linguagem e da aproximação dos memes como estratégia comunicacional<sup>47</sup>.

Percebemos que, nos *podcasts* analisados, o humor é um elemento marcante. No caso do *Mamilos*, o humor tinha mais apelo na primeira fase do programa. “Informação com inteligência, humor, respeito e empatia” é o segundo slogan do *podcast*, por exemplo. No *NerdCast*, além de ser elemento configurador do programa, com a figura do Jovem Nerd como persona engraçada, há piadas frequentes feitas pelos apresentadores e convidados sobre os produtos culturais que eles estão discutindo. A zoeira também se conecta ao slogan no site Jovem Nerd: “O mundo pop vira piada no Jovem Nerd”. Entendemos o humor como uma

---

<sup>47</sup> Um dos exemplos dessa tendência são os usos que a Prefeitura de Curitiba faz das redes sociais. Em: <<https://oglobo.globo.com/brasil/prefeitura-de-curitiba-faz-sucesso-nas-redes-com-pagina-que-equilibra-humor-prestacao-de-servico-16490387>>. Acesso em 28 jan 2018.

marca das interações das redes digitais. A zoeira e o humor funcionam também como mediadores dos modos de fazer dos *podcasts*.

Nosso esforço analítico teve o interesse de demonstrar as ambiguidades e contradições do discurso transformador da internet, presentes quando analisamos os discursos sobre os *podcasts* no primeiro capítulo. Mesmo na relação com tecnicidades configuradoras das redes digitais que se inserem como modos de fazer dos *podcasts* – o meme, a treta e o textão – o primeiro esforço dos programas é utilizar esses esforços a partir do que é considerado como matriz cultural do rádio, como as rodas de debate, no caso do *Mamilos*, as resenhas esportivas e os painéis de discussão, no caso do *NerdCast* e do *AntiCast*, com ancoragens claras em formatos como os *talk shows*, e, no caso do *Desobediência Sonora*, nos programas musicais da FM. Mesmo com a mediação da institucionalidade da internet operando, vemos marcas de historicidades relacionadas a matrizes culturais do rádio, em um movimento contínuo que endossa a nossa escolha epistemológica por analisar o movimento histórico a partir do conceito de historicidade. A análise das historicidades dos *podcasts* é feita não só por um movimento de olhar para o que é referente ao rádio como da ordem do passado, mas em relação àquilo que é inscrito na própria configuração do que é um *podcast* na atualidade.

As diferentes formas dos *podcasts* articularem linguagens e valores para uma mesma plataforma e aparatos nos deixa ver como opera, de diferentes modos, a mediação da tecnicidade quando analisada em conjunto com as sensibilidades. A utilização do conceito de sensibilidades em articulação com os Mapas das Mediações e os Mapa das Mutações, de Jesus Martín-Barbero, nos permitiu aproximar os estudos culturais aos campos da estética e do sensível, um desdobramento do conceito de estrutura de sentimento de Raymond Williams. Entendemos como o conceito de tecnicidade, nessa articulação, foi útil para interpretar, através dos discursos que prometem novas experiências, novas mídias, novos valores, novos sujeitos, como as linguagens estão efetivamente articuladas a valores e sensibilidades que, muitas vezes não são novos, mas se configuram como hegemônicos e dominantes da cultura brasileira contemporânea. Na apropriação que Jesus Martín-Barbero faz das diversas temporalidades de Raymond Williams, o conceito de tecnicidade é útil para interpretar como as transformações sociais tomam forma nas linguagens.

Os *podcasts* analisados expressam ambiguidades em relação à articulação de sensibilidades e tecnicidades. Enquanto, discursivamente, todos os *podcasts* que analisamos se apresentam como o novo, como foi expresso nos discursos analisados no primeiro capítulo, percebemos, através da nossa análise, que esse discurso se apoia na crença de que é a própria internet e o fato de que esses programas estão na internet que os configuram como agentes de

transformação social e de linguagens, não necessariamente por serem expressões de outras e novas linguagens sonoras ou novas sensibilidades. O invólucro do novo, muitas vezes, esconde reproduções do que há de mais tradicional e dominante em linguagens, em relação ao rádio, e em valores que expressam marcas dos modos de sentir hegemônicos da nossa sociedade.

A partir do nosso processo de escolha de corpus, descrito na introdução, escolhemos sensibilidades contemporâneas atreladas a identidades e política para interpretar a articulação com tecnicidades. Começar o nosso capítulo de análise com o *NerdCast* se demonstrou frutífero porque é o programa que condensa valores, formas de sentir e percepção do que é considerado o hegemônico em termos de *podcast* no Brasil, e também por sua relação com fluxos globais de informação e consumo cultural, mais marcadamente a relação com a identidade *nerd* e jovem e sua relação com a tecnologia, expressando valores relacionados à técnica parecidos com os discutidos no primeiro capítulo e na fundamentação teórica.

No caso do *NerdCast*, vemos como a mediação das tecnicidades está relacionada com as identidades *nerd* e jovem, que acionam esforços de linguagens feitos para a construção dos programas. A identidade *nerd* medeia as linguagens, articulando tecnicidades relacionadas aos esforços de construir programas que deem contas de práticas tidas como próprias do sujeito *nerd*, como o RPG. O *NerdCast* faz o movimento de considerar o seu *podcast* e toda a empresa Jovem Nerd como o lugar em que os *nerds* podem se encontrar para compartilhar os mesmos interesses. O discurso de que os *nerds* são ridicularizados na sociedade por seus interesses pessoais em produtos de comunicação ajuda na criação do sentido de comunidade, do “nós” em oposição a “eles”, que não partilham dos mesmos interesses e dos mesmos valores. Esse movimento é feito mesmo com o fato de que o que eles partilham é o que há de mais hegemônico em termos de produtos culturais contemporâneos, como podemos ver nas bilheterias do último filme da franquia *Star Wars*, que arrecadou 2,06 bilhões de dólares em todo o mundo em pouco tempo de estreia<sup>48</sup>. A própria potência que o Jovem Nerd, enquanto empresa, vem construindo na sua história, sendo o *NerdCast* uma das maiores expressões, com a marca de 1 milhão de *downloads* por episódio, expressa essa ambiguidade que, no discurso dos produtores, é essencial para a manutenção de uma ideia de comunidade e da construção da diferença daqueles que consomem os seus produtos.

No caso do *NerdCast*, como vimos, a evolução tecnológica é configurada como um valor, e vemos isso a partir da elaboração de um aplicativo próprio, e na adesão de diversas

---

<sup>48</sup> Dados de janeiro de 2018. Mais informações em: <<https://jovemnerd.com.br/nerdnews/star-wars-os-ultimos-jedi-se-torna-nona-maior-bilheteria-da-historia/>>. Acesso em 28 jan 2018.

tecnologias ao longo da história do programa. Essas tecnologias se inscrevem nas tentativas de utilizar a linguagem sonora em combinação com a visualidade permitida pelos aplicativos e as telas dos celulares e, ao mesmo tempo, ancora a valoração que a tecnologia tem como configuradora da identidade jovem e *nerd*. A juventude, no *NerdCast*, ao invés de se configurar como oposição aos valores do mundo dos adultos e como formas de contraposição a políticas hegemônicas, marcas do conceito de juventude historicamente, no programa, se expressa no apelo ao humor e na relação com a tecnologia. O jovem *nerd* é aquele que consome e tem facilidade de usar as novas tecnologias, configurando a juventude como algo que é alcançável independentemente da idade, conformada pelo consumo de produtos da cultura pop e manipulação de tecnologias, com apelo à inovação como valor e como definição dos modos de estar no mundo.

O diagnóstico de Martín-Barbero, de que a tecnofascinação muitas vezes expressa a cumplicidade com os discursos de modernização liberal, pode ser articulado com o diagnóstico que tivemos sobre o *NerdCast*, em que o apelo para a inovação tecnológica atrelada à juventude se relaciona a uma identidade que tem as tecnologias como aspecto definidor. O programa se apega aos valores da juventude não como expressão de novas sensibilidades políticas, mas como a afirmação dos valores hegemônicos da sociedade e do capitalismo.

No caso do *Mamilos*, podemos perceber como, no início do programa, as duas apresentadoras disputam sensibilidades contemporâneas relacionadas ao feminismo e ao feminino. Apesar de apoiarem esse discurso no feminismo, na utilização dos *podcasts* como um modo de construção de visibilidade para mulheres num meio de dominação masculina, esse movimento, ao invés de se configurar como articulador de novas sensibilidades e tecnicidades, remete à definição de um feminino baseado no corpo biológico das mulheres, a partir do apelo ao fato de que as duas apresentadoras são do sexo feminino. Esse movimento fica evidenciado mais explicitamente nos recursos gráficos do mamilo com um *piercing* aplicado, a logomarca do programa, e a escolha do rosa para os recursos visuais. Pouco se avança em relação em termos de linguagens a outras tecnicidades que expressem novas formas de sentir relacionadas ao feminismo, para além das vozes de mulheres convidadas e das próprias apresentadoras.

Ao contrário, o que observamos quando articulamos os discursos e práticas sobre feminismo e mulheres no *Mamilos* é que essa relação se dá muito mais em uma adesão ao que podemos chamar de feminismo liberal, conectado a fluxos globais do movimento das mulheres que se configurou nas últimas décadas com o afastamento de demandas relacionadas às transformações socioeconômicas, deixando de lado ideais que combatiam as desigualdades

sociais promovidas pelo capitalismo, do que no esforço de pensar novas linguagens que abarquem outras formas de sentir. As sensibilidades relacionadas ao feminismo no *Mamilos* estão articuladas a formação de identidades feministas que se apoiam em perspectivas de consumo. Podemos ver que essas sensibilidades estão articuladas a técnicas contemporâneas que colocam mulheres como protagonistas de filmes, livros e séries, produtos, inclusive, discutidos no programa como representativos para o feminismo contemporâneo, em que o *Mamilos* se configura como mais um dos exemplos do que é chamado atualmente de empoderamento feminino.

Durante a análise, percebemos que mais do que atreladas a aspectos e sensibilidades feministas, ao longo do desenvolvimento e popularização do programa, as técnicas configuradoras do *Mamilos* constroem esforços para expressão de valores, além da articulação com a treta, citada acima, que estão relacionados a sensibilidades articuladas ao jornalismo. Ao disputar o lugar de criação de um novo jornalismo, o *Mamilos* o faz a partir da adesão à ambição de um debate público qualificado, busca pela verdade e imparcialidade. O programa enquadra o jornalismo como parte essencial para a formação da opinião pública e troca de argumentos na esfera pública, repetindo práticas e valores já institucionalizados sobre o papel do jornalismo. A principal disputa em torno do jornalismo relaciona-se à prática da profissão por pessoas sem diploma de graduação, um aspecto já regulamentado judicialmente. Mostramos, em nossa análise, como as formas de interação com os ouvintes no *Mamilos*, tomadas aqui enquanto técnicas, se articulam com os valores de uma cultura colaborativa da internet, ao mesmo tempo, em que operam como marcas de historicidades que acompanham a linguagem sonora desde o rádio e que se configuram como matrizes culturais da relação dos consumidores com seus meios favoritos.

Além do que já foi exposto em relação ao textão, o *AntiCast* se configura como um lugar que congrega sensibilidades políticas articuladas com visões de esquerda e oposição ao conservadorismo moral e político em crescimento no Brasil. Percebemos como essas sensibilidades, assim como os demais *podcasts*, se configuram como constituintes e constituidoras de identidades. O *AntiCast* articula essas sensibilidades a partir da reunião de uma comunidade de pessoas que, além de se interessarem por *podcasts*, compartilham visões de mundo semelhantes sobre política. Articuladas com as técnicas, essas sensibilidades se expressam a partir de esforços de linguagem que tentam inserir corpos e sensibilidades políticas contra-hegemônicas como maneiras de disputar outras formas de fazer política que não estejam relacionadas apenas a instituições como partidos, sindicatos, etc.

Vemos essa articulação de sensibilidades no *AntiCast* atreladas ao que está sendo chamado de “desconstrução” em ambientes de esquerda na internet. A desconstrução, o ato de questionar quais são os preconceitos da sociedade brasileira que se expressam nas práticas cotidianas, com a tentativa de transformar práticas, crenças e valores pessoais e coletivos, é tomado como valor e objetivo em comum entre os sujeitos políticos reunidos no *AntiCast*. Mais do que apenas aderir a temas considerados contra-hegemônicos em relação a sensibilidades política contemporâneas, como o combate ao racismo, a discussão sobre a heteronormatividade e aqueles sujeitos que disputam outros gêneros e sexualidades, a inserção das vozes desses sujeitos é um elemento de disputa das formas de fazer política que se deslocam do que é apenas considerado institucional. Isso é feito, no *AntiCast*, com a criação de programas temáticos que convidam pessoas para discutir esses assuntos, a partir de uma perspectiva pessoal, e na configuração da rede *AntiCast* como um lugar que congrega *podcasts* que disputam a visibilidade para outras sensibilidades, como o *SAC Feminista*, o *Trans Missão*, e o *Lado (B)lack*.

Por fim, a articulação que interpretamos entre tecnicidades e sensibilidades no *Desobediência Sonora* expressa contradições entre sensibilidades contra-hegemônicas contemporâneas e formas de expressão que, embora se apresentem como novas, repetem velhas formas e valores em relação aos meios de comunicação como agentes de transformação social. A recusa ao individualismo e à propriedade privada, valores dominantes relacionados ao capitalismo, é articulada no programa com o esforço de se diferenciar discursivamente dos *podcasts* que tenham objetivos comerciais. Isso é feito, principalmente, a partir da narrativa de apropriação do *Desobediência Sonora* em relação ao seu precursor, o *Frequência Damata*, que tinha ligações com um estúdio privado na cidade de São Paulo. Outra forma é a partir da escolha dos coletivos entrevistados, como os movimentos de direito à moradia que ocupam prédios em São Paulo.

No *Desobediência Sonora*, a relação com o novo na internet se relaciona com antigas suposições de que é a apropriação das tecnologias dos meios de comunicação que daria força aos movimentos para a democratização dos meios de comunicação. A crença de apropriação dos meios de comunicação como processos de transformação social opera no *Desobediência Sonora* como uma matriz cultural importante, mesmo que os produtores façam isso juntamente com a recusa à competências de recepção e consumo próprias do rádio e da internet, recusando tecnicidades que se conectam ao que vemos como configuradoras de outros *podcasts*, como os memes, as tretas, os textões, e as ferramentas de edição e tratamento do som institucionalizadas na linguagem sonora.

A própria recusa de hospedagem desse *podcast* em agregadores utilizados comumente por outros programas demonstra essa ambiguidade entre valores e tecnicidades. Ao mesmo tempo que a recusa faz parte de uma sensibilidade política de adesão a um coletivo que preza pela manutenção de conteúdos de movimentos sociais, o *podcast* perde potencial de distribuição e adesão a tecnicidades dominantes nos *podcasts* contemporâneos, o condenando a uma invisibilidade que opera contra os seus objetivos políticos, como funcionar como uma ferramenta de visibilidade de sujeitos marginalizados. O mesmo ocorre no uso da música no *Desobediência Sonora*, enquanto as bandas, sonoridades e letras dessas músicas estão articuladas a gêneros e bandas que se conectam com sensibilidades de oposição, como o rap, o punk e o rock, os esforços de linguagem dos programas musicais repetem, de um lado, a crença de um inatingível “registro fiel” dos produtos culturais frente à realidade, e, do outro, se inscrevem no que há de mais tradicional em relação ao modo como a música é veiculada nas rádios FM.

A partir dos programas analisados, esta dissertação contribui para os estudos de comunicação que se dedicam aos *podcasts*, mas se afastando de perspectivas que inserem os *podcasts* como agentes de transformação do rádio, de um lado, e, de outro, de estudos que apagam as historicidades do rádio ao tratar o *podcast* como uma tecnologia puramente inovadora. A abordagem de considerar os *podcasts*, ao mesmo tempo, como uma tecnologia e uma forma cultural também contribui para o desenvolvimento e aperfeiçoamento de análises de produtos culturais contemporâneos da linha de Análise de Produtos e Linguagens da Cultura Mediática, do Póscom-UFBA.

A tentativa de recuperar a articulação das tecnicidades e sensibilidades utilizando os mapas das Mediações e das Mutações em conjunto deixou o nosso olhar atento às relações múltiplas que medeiam o processo comunicativo dos *podcasts* analisados. Nosso problema de pesquisa configurou a entrada no Mapa das Mediações a partir da mediação da tecnicidade em articulação com a as sensibilidades, a partir daí, pudemos ver como os *podcasts* convocaram as demais articulações. O Mapa das Mediações nos ajudou a recuperar as historicidades dos *podcasts* analisados a partir de uma interpretação histórica e contextual. Já o Mapa das Mutações nos permitiu ver, com as mediações da tecnicidade, identidade, cognitividade e ritualidade, quais são as transformações relacionadas aos *podcasts* analisados. As sensibilidades interpretadas a partir dos *podcasts* escolhidos estão relacionadas a identidades que se configuram como mediadoras dos próprios programas. A nossa análise confirmou a tese de Martín-Barbero de que as tecnicidades contemporâneas estão cada vez mais atreladas às identidades e se referem a transformações subjetivas da sociedade contemporânea, em que as

identidades estão cada vez mais relacionadas aos fluxos dos meios de comunicação, especialmente à internet. Para Jesus Martín-Barbero, os meios de comunicação são mediadores dos imaginários que configuram as identidades. Percebemos, na nossa análise, como as identidades são constituídas e constituidoras dos fluxos e migrações que ocorrem a partir dos meios de comunicação.

Ao apresentar os resultados da dissertação, não podemos deixar de fora as dificuldades encontradas durante o processo. A nomeação das sensibilidades e das formas de sentir aqui apresentadas é ainda um ponto difícil e que reconhecemos que precisa de melhoramentos em futuras pesquisas. Como aspecto da ordem do afeto que se refere a *apparatus* culturais que orientam, mas não engessam, as experiências vividas no cotidiano, tivemos dificuldades em nomear sensibilidades específicas sem aprisioná-las em categorias estanques. A manutenção do tratamento dessas sensibilidades no plural, e sempre pensadas em articulação, nos conecta com os objetivos dos autores dos quais nos apropriamos para a nossa análise. Grossberg, em sua discussão sobre o afeto, estava interessado em resolver as lacunas do que Raymond Williams chama de estrutura de sentimento. Os dois autores estavam interessados em interpretar o que na vida cotidiana é da ordem não só das relações materiais, mas daquilo que nos possibilita navegar por essas relações e fazer novas conexões; tudo o que orienta as nossas práticas, mas também o que permite que existam novas formas de sentir. Dessa forma, escolhemos por manter as sensibilidades no plural para abarcar as ambiguidades, disputas e contradições relacionadas às formas de sentir observadas.

A articulação do Mapa das Mediações com o Mapa das Mutações como instrumentos teóricos-metodológicos faz parte dos esforços de estudo do Centro de Pesquisa em Estudos Culturais e Transformações na Comunicação (TRACC) em desenvolver formas de investigar as transformações na comunicação. O grupo de pesquisa atualmente se dedica a investigar os processos de formação, transições e/ou transformações na comunicação, em objetos empíricos diversos, como programas e canais de televisão, séries televisivas, música, *vlogs* e, agora, *podcasts*. Dessa forma, esta dissertação contribui para o desenvolvimento do instrumental para a análise de produtos da cultura contemporânea no TRACC, acompanhando o movimento do grupo de utilizar o potencial teórico-metodológico desenvolvido em sua trajetória no telejornalismo em linguagens que abarquem a multiplicidade de nosso entorno tecnocomunicativo. A articulação dos dois mapas permite ver o que se configura como matrizes culturais, institucionais e, ao mesmo tempo, ver o que há de potência de transformação em linguagens e na política. Os estudos culturais sempre se afiançaram, principalmente em sua linhagem inglesa e latino-americana, na afirmação de que o papel do trabalho intelectual não

pode ser deslocado de sua função de transformação social. Essa vocação orienta a nossa escolha por *podcasts* que articularam sensibilidades políticas diversas na cultura brasileira contemporânea.

A partir das sensibilidades políticas e conformadoras de identidades aqui apresentadas, vemos como a interpretação das tecnicidades via sensibilidades nos permite ver como é profícua as análises de *podcasts* relacionadas ao seu contexto social e cultural. Mais do que uma análise de uma técnica específica, buscamos ver como os esforços de linguagens desses *podcasts* estão relacionados, sim, à uma técnica, ao smartphone que agrega outras visualidades aos programas, às múltiplas formas de interação e consumo relacionadas aos fluxos da internet, mas nos deixam ver que, mais do que em relação a aparatos tecnológicos, as transformações e continuidades da linguagem sonora estão articuladas ao contexto sociocultural em que esses *podcasts* são produzidos e consumidos.

## 6. REFERÊNCIAS

---

- A VINGANÇA DOS NERDS. **The Revenge of the Nerds**. Direção: Jeff Kanew. Estados Unidos: Twentieth Century Fox Film Corporation, 1984.
- AGUILHAR, L. 8 podcasts imperdíveis para celebrar o dia do podcast. **Link**, São Paulo, 19 out. 2017. Disponível em: <http://link.estadao.com.br/blogs/ligia-aguilhar/8-podcasts-imperdiveis-para-celebrar-o-dia-do-podcast>. Acesso em: 31 jan. 2018.
- ALVES, T. C. A Afetividade na Comunicação Radiofônica: do processo de produção de rádio à intimidade da relação locutor/ouvinte. **Sonora**, Campinas, n. 9, 2014.
- AMARAL, A. R.; RECUERO, R. ; MONTARDO, S.P . Blogs: mapeando um objeto. In: CONGRESSO NACIONAL DE HISTÓRIA DA MÍDIA, 6., 2008, Niterói. **Anais...** Niterói: Editora da UFF, 2008. v. 1. p. 1-19.
- BARBOSA, M. C.; RÊGO, A. R. Historicidade e Contexto em Perspectiva Histórica e Comunicacional. **Revista Famecos: mídia, cultura e tecnologia**. Porto Alegre, v. 24, n. 3, set./out./nov./dez. 2017.
- ANTI-HERÓI AMERICANO. **American Splendor**. Direção: Shari Springer Berman e Robert Pulcini. Estados Unidos: Good Machine, HBO Independent Productions, 2003.
- BERRY, R. Radio with pictures: Radio visualization in BBC national radio. **The Radio Journal: International Studies in Broadcast & Audio Media**, v.11, n.2, p.169-184, 2013.
- BERRY, R. Podcasting: considering the evolution of the medium and its association with the word ‘radio’. **The Radio Journal: International Studies in Broadcast & Audio Media**, v.14, n.1, p.7-22, 2016.
- BONASSOLI, K. Uma mão lava outra, duas mãos batem palmas. In: LUIZ, L. (Org.) **Reflexões sobre o podcast**. Nova Iguaçu: Marsupial Editora, 2014. Ebook.
- BONINI, T. The “second age” of podcasting: reframing podcasting as a new digital mass medium. **Quaderns del CAC**, Barcelona, v. 18, n. 41, p. 21–30, jul. 2015.
- BOTTOMLEY, A. J. Podcasting: a decade in the life of a “new” audio medium: Introduction. **Journal of Radio & Audio Media**, v. 22, n.2, p. 164-169, 2015.
- BRIGGS, A.; BURKE, P. **Uma história social da mídia: de Gutenberg à Internet**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2006.
- BUFARAH JUNIOR, A. Podcast: possibilidades de uso nas emissoras de rádio noticiosas. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 40., 2017, Curitiba. **Anais eletrônicos...** São Paulo: Intercom, 2017. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-2638-1.pdf>. Acesso em: 13 out. 2017.
- CARVALHO, M. F. L. Nossa esperança é ciborgue? Subalternidade, reconhecimento e “tretas” na internet. **Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 25, n. 1, p. 347-364, jan./abr. 2017.
- CANCLINI, Nestor García. **Diferentes, Desiguais e Desconectados: Mapas da Interculturalidade**. 2. ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2007.
- CAPELAS, B. Podcast vive nova fase no País e atrai streamings. **Estado de S. Paulo**, São Paulo, 7 dez. 2015. Link. Disponível em: <http://blogs.estadao.com.br/link/podcast-vive-nova-fase-no-pais-e-atrai-streamings>. Acesso em: 31 jan. 2018.

- CASTRO, G. S. Podcasting e consumo cultural. **E-Compós**, Brasília, v.4, dez. 2005.
- CONCEIÇÃO, L. S.; SANTOS, L. N. O movimento hip hop como alternativa de fala para jovens da periferia. In: Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, 12., 2010, Campina Grande. **Anais eletrônicos...** São Paulo: Intercom, 2010. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2010/resumos/R23-0728-1.pdf>. Acesso em 5 fev. 2018.
- COSTA FILHO, I. C. Tecnicidades nas rádios livres e comunitárias: o caso da Radio Rebelde Zapatista. **Logos: Comunicação e universidade**. Rio de Janeiro, v. 24, n. 1, p. 106-119, jan./abr. 2017.
- DAVIS, A. **Mulheres, raça e classe**. São Paulo: Boitempo, 2016. EBOOK.
- DEBERT, G. G. A dissolução da vida adulta e a juventude como valor. **Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, v. 16, n. 34, p. 49-70, jul./dez. 2010.
- DESOBEDIÊNCIA SONORA. Quem somos. 2017. Disponível em <https://desobedienciasonora.milharal.org/quem-somos>. Acesso em 3 jan. 2018.
- DORIA, P. O boom dos podcasts. **Estado de S. Paulo**, São Paulo. Disponível em: <http://economia.estadao.com.br/noticias/geral,o-boom-dos-podcasts,10000026079>. Acesso em: 31 jan. 2018.
- DU GAY, P; HALL, S.; JANES, L.; MACKAY, H.; NEGUS, K. **Doing Cultural Studies: The Story of the Sony Walkman**. Londres: Sage, 1997;
- FERRARETTO, L. A. Pesquisa a respeito do rádio e de outros meios sonoros no século 21: das transformações na natureza do meio e de seus congêneres aos seus usos no contexto da convergência digital. **Rádio-Leituras**, Ouro Preto, MG, ano 1, n. 1, p. 7-25, jun./dez. 2010.
- FRASER, N. Mapeando a imaginação feminista: da redistribuição ao reconhecimento e à representação. **Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 15, n. 2, p. 291-308, mai./ago. 2007.
- FERRARETTO, L. A. **Rádio: teoria e prática**. São Paulo: Summus, 2014. EPUB.
- FOUCAULT, M. **A arqueologia do saber**, 7. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2008.
- FRASER, N. How feminism became capitalism's handmaiden - and how to reclaim it. **The Guardian**, Londres, 14 out. 2013. Disponível em: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2013/oct/14/feminism-capitalist-handmaiden-neoliberal>. Acesso em: 31 jan. 2018.
- FUENTES-NAVARRO, R. Comunicación. Exploraciones teórico-metodológicas para la investigación sociocultural de los usos de la Internet. In: LOPES, M. I. V.; FUENTES-NAVARRO, R. (Coords.). **Comunicación: campo y objeto de estudio**. Perspectivas reflexivas latinoamericanas. México: ITESO, 2005. p. 229-245.
- GLASS, I. A brand new series from the creators of This American Life. **This American Life** [Blog], 19 set. 2014. Disponível em: <https://www.thisamericanlife.org/about/announcements/a-brand-new-series-from-the-creators-of-this-american-life>. Acesso em: 31 jan. 2018.
- GOMES, I. M. M. **Efeito e Recepção: a interpretação do processo receptivo em duas tradições de investigação sobre os media**, Rio de Janeiro: E-Papers, 2004.
- \_\_\_\_\_. Gênero televisivo como categoria cultural: um lugar no centro do mapa das mediações de Jesús Martín-Barbero. **Revista Famecos: Mídia, cultura e tecnologia**, Porto Alegre, v. 18, n. 1, p. 111-130, jan./abr. 2011a.

\_\_\_\_\_. Raymond Williams e a hipótese cultural da estrutura de sentimento. In: GOMES, I. M. M.; JANOTTI, J. (Orgs.). **Comunicação e estudos culturais**. Salvador: EDUFBA, 2011b, p. 29-48.

\_\_\_\_\_. **Comunicação audiovisual em transição**: um lugar a partir do qual interpretar transformações nas relações entre tecnologia e cultura. Salvador, 2015. Projeto de pesquisa.

GOMES, I. M. M.; GUTMANN, J. F.; MAIA, J.P.; FERREIRA, T.; ARAÚJO, V.V.B.; CHAMUSCA, T.; JANAY, P.; CRUZ, C. A primeira crise da era digital? Memória televisiva, conectividade e mutações culturais na versão da BBC Media Action sobre a crise migratória atual. In: HOLZBACH, A. & CASTELLANO, M. (Orgs.). **TeleVisões: reflexões para além da televisão**, Rio de Janeiro: E-Papers, 2018.

GOMES, I. M.M; FERREIRA, T.; ARAÚJO, C. S. G.; MOTA JUNIOR, E. A. Temporalidades Múltiplas: análise cultural dos videoclipes e da performance de Figueroas a partir dos mapas das mediações e das mutações culturais. **Contracampo**. Niterói, v. 36, n. 03, p. 1-20, dez. 2017/mar.2018.

GRAGNANI, J. A distância entre jornalista e história no podcast Serial. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 31 jan. 2016. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/ilustrissima/2016/01/1734973-a-distancia-entre-jornalista-e-historia-no-podcast-serial.shtml>. Acesso em: 31 jan. 2018.

GROSSBERG, L. **We gotta get out of this place**: popular conservatism and postmodern culture. Nova Iorque e Londres: Routledge, 1992.

\_\_\_\_\_. **Dancing in spite of myself**: essays on popular culture. Durham e Londres: Duke University Press, 1997.

\_\_\_\_\_. Is there a fan in the house? the affective sensibility of fandom. In: LEWIS, L. A. (org). **The Adoring Audience**: fan culture and popular media. Londres e Nova Iorque: Routledge, 2001, p. 581-590.

\_\_\_\_\_. **Caught in the crossfire**: kids, politics, and America's future. Boulder e Londres: Paradigm Publishers, 2005

\_\_\_\_\_. **Cultural Studies in the Future Tense**. Durham e Londres: Duke University Press, 2010a.

\_\_\_\_\_. Affect's future: rediscovering the virtual in the actual. In: GREGG, M.; SEIGWORTH, G. J. (Orgs.). **The Affect Theory Reader**. Durham: Duke University Press, 2010b. p. 309-338.

\_\_\_\_\_. **We all want to change the world**: the paradox of the us left: a polemic. Londres: Lawrence and Wishart, 2015.

GUTMANN, J. **Formas do telejornal**: linguagem televisiva, jornalismo e mediações culturais. Salvador: EDUFBA, 2014. EPUB.

HEISE, N. Podcasting as a catalyst of diversity? An exploration of women hosted podcasts. In: ECREA RADIO RESEARCH, Madri 2015. DOI: 10.13140/RG.2.1.1811.2086

HERSCHMANN, M.; KISCHINHEVSKY, M. A geração podcasting e os novos usos do rádio na sociedade do espetáculo e do entretenimento. **Revista Famecos**, Porto Alegre: Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, n. 37, p. 101-106, dez. 2008.

HILMES, M.; LINDGREN, M.. Podcast review and criticism: a forum. **The Radio Journal**: International Studies in Broadcast & Audio Media, v.14, n.1, p.83-89, 2016.

JOST, F. Novos comportamentos para antigas mídias ou antigos comportamentos para novas mídias?. **Matrizes**, São Paulo, v. 4, n. 2, p. 93-109, jan./jun., 2011.

JOVEM NERD. Mídia Kit. 2017. Disponível em: [www.jovemnerd.com.br](http://www.jovemnerd.com.br). Acesso em 3 jan. 2018.

KISCHINHEVSKY, M. **O rádio sem onda**: convergência digital e novos desafios na radiofusão. Rio de Janeiro: e-papers, 2007.

\_\_\_\_\_. Cultura da portabilidade: Novos usos do rádio e sociabilidades em mídia sonora. **Observatório (OBS\*)**, Rio de Janeiro, v.3, n. 1, p. 223-238, 2009.

\_\_\_\_\_. Rádio social: mapeando novas práticas interacionais sonoras. **Revista Famecos**: mídia, cultura e tecnologia. Porto Alegre, v. 19, n. 2, p.410-437, mai./ago. 2012.

\_\_\_\_\_. Compartilhar, etiquetar: interações no rádio social. In: **Comunicação, mídia e consumo**, v.11, n.30, p.143-162, 2014.

KOSELLECK, R. **Estratos do tempo**: estudos sobre história. Rio de Janeiro: Contraponto, 2014.

LIMA, T. R. Os hits do bit e a dança nas fronteiras entre o underground, a música de nicho e o mainstream. **Contemporanea**. Salvador, v. 13, n.3, p. 692-707, set./dez. 2015.

LINDGREN, L.; HILMES, M. Editors' introduction to RJ 14:1 Podcast 2016. In: **The Radio Journal**: International Studies in Broadcast & Audio Media, v.14, n.1, p.3-5, 2016.

LOPES, L. **Podcast**: guia básico. Nova Iguaçu: Marsupial Editora, 2015. Ebook.

LOPES, L. Editando o bruto do #Nerdcast de RPG. Alguém disse "PARTE" mas captou só "ARTE". Ficou estranho. Pouco adiante, ele fala "PASSOS" com a mesma entonação. Pego o PA de PAssos e faço ele dizer PARte corretamente. São detalhes como esse que fazem toda a diferença! #VidaDeEditor. Brasil, 16 dez. 2017. **Twitter**. @LEORADIOFOBIA. Disponível em: <https://twitter.com/leoradiofobia/status/942155120447578112>. Acesso em: 21 jan 2018.

LOPES, M. I. V. Mediação e recepção. Algumas conexões teóricas e metodológicas nos estudos latino-americanos de comunicação. **Matrizes**, São Paulo, v. 8, n. 1, p. 65-80, jan./jun. 2014.

LOPES, M. I. V. Deslocamentos e rupturas. In: MARTÍN-BARBERO, J.; REY, G. **Os exercícios do ver**: hegemonia audiovisual e ficção televisiva. 2. ed. São Paulo: Senac, 2004. p. 9-13.

LOPEZ, D. C. **Radiojornalismo hipermediático**: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio. Covilhã: LabCom Books, 2010.

LOPEZ, D. C.; QUADROS, M. O rádio e a relação com o ouvinte no cenário de convergência: uma proposta de classificação dos tipos de interatividade. In: **Revista Famecos: mídia, cultura e tecnologia**. v. 22, n. 3, p.164-181, 2015.

LUIZ, L. Podcasters Brasileiros: Uma Comunidade em Busca de Visibilidade. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUDESTE, Intercom Sudeste, 16., 2011, São Paulo. **Anais eletrônicos...** São Paulo: Intercom, 2011. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2011/resumos/R24-0075-1.pdf>. Acesso em: 31 jan. 2018.

LUIZ, L.; ASSIS, P. O Podcast no Brasil e no Mundo: um caminho para a distribuição de mídias digitais. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, Intercom, 33., 2010, Caxias do Sul. **Anais eletrônicos...** São Paulo: Intercom, 2010. Disponível em:

<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-0302-1.pdf>. Acesso em: 31 jan. 2018.

MARKMAN, K. M. Doing radio, making friends, and having fun: Exploring the motivations of independent audio podcasters. **New Media & Society**, v. 14, n. 4, p. 547-565, 2012.

MARTÍN-BARBERO, J. Nuevas tecnologías y procesos de transformación cultural. **Signo y Pensamiento**. Bogotá, v. 6, n. 10, p. 103-112, 1987.

\_\_\_\_\_. América Latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social. In: SOUZA, M. W. (Org.). **Sujeito, o lado oculto do receptor**. São Paulo: Brasiliense, 1995. p. 39-68.

\_\_\_\_\_. **Dos meios às mediações**. Comunicação, Cultura e Hegemonia. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 1997.

\_\_\_\_\_. Experiencia audiovisual y desorden cultural. In: MARTÍN BARBERO, J.; DE LA ROCHE, F.L. (Ed.). **Cultura, medios y sociedad**. Bogotá: CES/Universidad Nacional de Colombia, 1998. p. 27-64.

\_\_\_\_\_. **Ofício de Cartógrafo**. Travessias latino-americanas da comunicação na cultura, São Paulo: Edições Loyola, 2004.

\_\_\_\_\_. Deconstrucción de la crítica: Nuevos itinerarios de la investigación. In: LOPES, M. I. V.; FUENTES-NAVARRO, R. (Coords.). **Comunicación: campo y objeto de estudio**. Perspectivas reflexivas latinoamericanas. México: ITESO, 2005, p. 15-42.

\_\_\_\_\_. Pistas para entre-ver meios e mediações. In: MARTÍN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações**. Comunicação, Cultura e Hegemonia, 4. ed. Rio de Janeiro: ed.UFRJ, 2006a. p. 11-21.

\_\_\_\_\_. Tecnicidades, identidades, alteridades: mudanças e opacidades da comunicação no novo século. In: MORAES, D (Org.). **Sociedade midiaticizada**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2006b. p. 51-79.

\_\_\_\_\_. Novas visibilidades políticas da cidade e visualidades narrativas da violência. **Matrizes**, São Paulo, v. 1, n. 1, p. 27-39, 2007.

\_\_\_\_\_. As novas sensibilidades: entre urbanias e cidadanias. **Matrizes**, São Paulo, v. 1, n. 2, p. 207-215, 2008.

\_\_\_\_\_. Uma aventura epistemológica. **Matrizes**, São Paulo, v. 2, n. 2, p. 153-162, 2009a.

\_\_\_\_\_. Jesús Martín-Barbero: As formas mestiças da mídia. Entrevista à revista Fapesp. **Revista Fapesp**, 163 ed. set. 2009b. Disponível em: <http://revistapesquisa.fapesp.br/2009/09/01/as-formas-mesticas-da-midia>. Acesso em: 31 jan. 2018.

MARTÍN-BARBERO, J.; REY, G. **Os exercícios do ver: hegemonia audiovisual e ficção televisiva**. 2. ed. São Paulo: Senac, 2004.

MATOS, P. Lambda, lambda, lambda, nerds! Compre na Nerdstore!: Consumo, estilo de vida e curadoria no site Jovem Nerd. In: CONGRESSO DE ESTUDANTES DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO, 6., 2013, Rio de Janeiro. **Anais eletrônicos...** Rio de Janeiro: CONECORIO, 2013. Disponível em: [http://www.coneco.uff.br/sites/default/files/institucional/lambda\\_lambda\\_lambda\\_nerds.pdf](http://www.coneco.uff.br/sites/default/files/institucional/lambda_lambda_lambda_nerds.pdf). Acesso em: 3 jan. 2018.

MATOS, P. **O nerd virou cool**: consumo, estilo de vida e identidade em uma cultura juvenil em ascensão. 2014. 117f. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) -Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2014.

MAZETTI, H. M. Mídia alternativa para além da contra-informação. In: CONGRESSO NACIONAL DE HISTÓRIA DA MÍDIA, 5., 2007, São Paulo. **Anais eletrônicos...** São Paulo: INTERCOM, 2007. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-nacionais/5o-encontro-2007-1/Midia%20alternativa%20para%20alem%20da%20contra-informacao.pdf>. Acesso em 5 fev. 2018.

MEDEIROS, D. In: SENHOR A. Senhor A. **Papo Editado #017 – Danilo Medeiros – Digital Minds**, 19 jun. 2017. Podcast. (77 min). Disponível em: <http://editorsenhora.com.br/podcast/papo-editado-017-danilo-medeiros>. Acesso em: 31 jan. 2018.

MILHARAL. Política de hospedagem. 2017. Disponível em <https://milharal.org/politica/>. Acesso em 3 jan. 2018.

MIRANDA, C. Criador do AntiCast afirma que podcasts têm futuro promissor no País. **Estado de S. Paulo**, São Paulo, 20 out. 2015. Disponível em: <http://brasil.estadao.com.br/blogs/em-foca/criador-do-anticast-afirma-que-podcasts-tem-futuro-promissor-no-pais/>. Acesso em: 31 jan. 2018.

MIRO, T. Como criar um feed manual para podcast. **Mundo Podcast** [Blog], 5 dez. 2012. Disponível em: <https://mundopodcast.com.br/podcasteando/criar-feed-manual-podcast/>. Acesso em: 5 jan. 2018.

MIRO, T. Os podcasts mais antigos em atividade no Brasil. **Mundo Podcast** [Blog], 30 mar. 2015. Disponível em: <https://mundopodcast.com.br/artigos/podcasts-mais-antigos-em-atividade>. Acesso em: 31 jan. 2018.

MORRIS, J. W.; PATTERSON, E. Podcasting and its Apps: Software, Sound, and the Interfaces of Digital Audio. **Journal of Radio & Audio Media**, v. 22, n.2, p. 220-230, 2015.

MURTA, C. M. G. Podcast: conversação em rede. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 39., 2016, São Paulo. **Anais eletrônicos...** São Paulo: Intercom, 2016. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-1187-1.pdf>. Acesso em: 31 jan. 2018.

NERDPLAYER. Cuphead - Que jogo maldito!. Produção de Alexandre Ottoni e Deive Pazos. Jovem Nerd, 2017 (24 min.), son., color. YouTube. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=mvT7wws6eAU&t=921s>. Acesso em 3 jan. 2018.

NÓBREGA, Z.; MENEZES, I. P.; CUNHA, M. M. P.; VICTOR, M.E.C.L. Podcast Mamilos: uma nova forma de fazer jornalismo? In: NUNES, P. (Org.) **Jornalismo em Ambientes Multiplataforma**. João Pessoa: Editora do CCTA, 2016.

ORENSTEIN, J. **Um podcast sobre podcasts: a nova era de ouro do rádio**. Nexo, 31 mar. 2017a. Podcast. (31 min.). Disponível em: <https://www.nexojornal.com.br/podcast/2017/03/31/Um-podcast-sobre-podcasts-a-nova-era-de-ouro-do-r%C3%A1dio>. Acesso em: 31 jan. 2018.

ORENSTEIN, J. O ramo dos podcasts é o que há de mais meritocrático na mídia. **Nexo**, São Paulo, 3 set. 2017b. Disponível em: <https://www.nexojornal.com.br/entrevista/2017/09/03/O-ramo-dos-podcasts-%C3%A9-o-que-h%C3%A1-de-mais-meritocr%C3%A1tico-na-m%C3%ADdia>.

ORTIZ, R. **A moderna tradição brasileira**: cultura brasileira e indústria cultural. 5. ed. São Paulo: Brasiliense, 2001.

OTTONI, A. Entrevista: Jovem Nerd e Azaghal [Maio. 2013] Entrevistadores: Rafinha Bastos. Curitiba: 8 minutos, 2013. YouTube. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=qdlgarQj1Z4>. Acesso em: 31 jan. 2018.

OTTONI, A. Entrevista: Jovem Nerd [Fevereiro. 2017] Entrevistadores: Universidade Católica de Brasília. Brasília: UCB, 2017. YouTube. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=9n7mW9cylXM>. Acesso em: dez. 2017.

PADEIRO, C. H. O Entretenimento na construção do Jornalismo Esportivo no Brasil. In: CONGRESSO DE ESTUDANTES DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO, 6., 2013, Rio de Janeiro. **Anais eletrônicos...** Rio de Janeiro: CONECORIO, 2013. Disponível em: [http://www.coneco.uff.br/sites/default/files/institucional/o\\_entretenimento\\_na\\_construcao\\_do\\_jornalismo\\_esportivo\\_no\\_brasil.pdf](http://www.coneco.uff.br/sites/default/files/institucional/o_entretenimento_na_construcao_do_jornalismo_esportivo_no_brasil.pdf). Acesso em: 3 jan. 2018.

PAVAN, R. O revival identitário no humor radiofônico: múltiplas temporalidades e imaginários regionais. FERRARETTO, L. A.; KLÖCKNER, L. (Orgs.) **E o rádio? Novos horizontes midiáticos**. Porto Alegre: EdiPUCRS, 2010. p. 522-537.

PAZOS, Deive. Entrevista: Jovem Nerd [Fevereiro. 2017] Entrevistadores: Universidade Católica de Brasília. Brasília: UCB, 2017. Vídeo no YouTube. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=9n7mW9cylXM>. Acesso em dez. 2017.

POD PESQUISA. Resultado Geral da PodPesquisa 2014. Disponível em: <http://podpesquisa.com.br/2014/resultado>. Acesso em 6 fev. 2018.

PRIMO, A. F. T. Para além da emissão sonora: as interações no podcasting. **Intexto**, Porto Alegre, n. 13, 2005, n.13, p. 1-17.

PURCELL, J. Boom de séries de áudio nos EUA estimula nova 'era de ouro' do rádio. **Folha de S. Paulo**, São Paulo, 20 abr. 2015. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2015/04/1618862-boom-series-de-audio-nos-eua-estimula-nova-era-de-ouro-do-radio.shtml>. Acesso em: 31 jan. 2018.

QUADROS, C. I.; BESPALHOK, F. L. B.; BIANCHI, G. S.; KASEKER, M. P. Perfis de ouvintes: perspectivas e desafios no panorama radiofônico. **Matrizes**, São Paulo, v. 11, n. 1, p. 189-209, jan./abr. 2017.

QUADROS, M. R.; MOTTA, J. A participação do ouvinte e a identidade do jornalista de rádio: a percepção dos profissionais de Santa Maria/RS. In: ENCONTRO NACIONAL DE HISTÓRIA DA MÍDIA, 10, 2015, Porto Alegre. **Anais eletrônicos...** Porto Alegre: UFRGS, 2015.

ROCHA, C. Há 40 anos, 'Star Wars' iniciava uma nova era no cinema e no entretenimento. **Nexo Jornal**, 25 mai. 2017. Disponível em: <https://www.nexojournal.com.br/reportagem/2017/05/25/H%C3%A1-40-anos-Star-Wars-iniciava-uma-nova-era-no-cinema-e-no-entretenimento>. Acesso em 31 jan. 2018.

RODRIGUES, L. O que é TV 4K e quais as vantagens?. **TechTudo**, 18 jan. 2014. Disponível em: <http://www.techtudo.com.br/dicas-e-tutoriais/noticia/2014/01/o-que-e-tv-4k-e-quais-vantagens.html>. Acesso em 6 jan. 2018.

ROOSE, K. What's Behind the Great Podcast Renaissance?. **New York Magazine**, Nova York, 30 out. 2014. Disponível em: <http://nymag.com/daily/intelligencer/2014/10/whats-behind-the-great-podcast-renaissance.html>. Acesso em: 31 jan. 2018.

SÁ, S. M. A. P. A música na era de suas tecnologias de reprodução. **E-Compós**, v. 6, p. 1-19, 2006.

SALEMME, M. F. As transformações no comportamento do ouvinte: Da era de ouro até a chegada da era do podcast. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 40., 2017, Curitiba. **Anais eletrônicos...** São Paulo: Intercom, 2017. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-2912-1.pdf>. Acesso em: 10 out. 2017.

SCARPIN, P. In: ORENSTEIN, J. **Um podcast sobre podcasts: a nova era de ouro do rádio**. Nexo, 31 mar. 2017a. Podcast. (31 min.). Disponível em: <https://www.nexojournal.com.br/podcast/2017/03/31/Um-podcast-sobre-podcasts-a-nova-era-de-ouro-do-r%C3%A1dio>. Acesso em: 31 jan. 2018.

SCHMITT, V.; OLIVEIRA, L. G.; FIALHO, F. A. P.; Jornalismo 2.0: a cultura da colaboração no jornalismo. **E-Compós**, Brasília, v. 11, n.3, p. 1-18, set./dez. 2008.

SEGURA, M. Os 10 melhores podcasts do Brasil em 2015. **Meio & Mensagem**, São Paulo, 13 jan. 2016. Disponível em: [http://www.meioemensagem.com.br/home/marketing/ponto\\_de\\_vista/2016/01/13/os-10-melhores-podcasts-do-brasil-em-2015.html](http://www.meioemensagem.com.br/home/marketing/ponto_de_vista/2016/01/13/os-10-melhores-podcasts-do-brasil-em-2015.html). Acesso em: 31 jan. 2018.

SENHOR A. Senhor A. **Papo Editado #017 – Danilo Medeiros – Digital Minds**, 19 jun. 2017. Podcast. (77 min). Disponível em: <http://editorsenhor-a.com.br/podcast/papo-editado-017-danilo-medeiros>. Acesso em: 31 jan. 2018.

SIBILIA, P. **O show do eu: a intimidade como espetáculo**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008

SILVA, D. S. A nova era de ouro do rádio está nascendo e ela é digital. **Medium**. 21 jan. 2016. Disponível em: <https://medium.com/@olinadsantana/a-nova-era-de-ouro-do-r%C3%A1dio-est%C3%A1-se-formando-10683b046369>. Acesso em: 31 jan. 2018.

SILVA, F. M. Conversação, telejornalismo, democracia e a retórica da participação do público. **E-Compós**, Brasília, v. 14, n.1, p. 1-16, jan./abr. 2011.

SILVA, F. M.; GUTMANN, J. F. O feminino dá o tom: resultados de uma análise histórica e cultural do talk show. In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 26., 2017, São Paulo. **Anais eletrônicos...** São Paulo: Compós, 2017. Disponível em: [http://www.compos.org.br/data/arquivos\\_2017/trabalhos\\_arquivo\\_ZZ0DDBSBEYOM1XJ1J\\_APO\\_26\\_5547\\_19\\_02\\_2017\\_03\\_38\\_48.pdf](http://www.compos.org.br/data/arquivos_2017/trabalhos_arquivo_ZZ0DDBSBEYOM1XJ1J_APO_26_5547_19_02_2017_03_38_48.pdf). Acesso em: 31 jan. 2018.

VAMPRÉ, O. A. **Raízes e evolução do rádio e da televisão**. Porto Alegre: FEPLAM - RBS, 1979.

WILLIAMS, R. **Marxismo e Literatura**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1979.

WILLIAMS, R. **Palavras-chave: um vocabulário de cultura e sociedade**. São Paulo: Boitempo, 2007.

## ANEXO A

---

### NERDCAST - Lista de episódios citados

*NerdCast 143: Nerds, Geeks e Freaks*

<https://jovemnerd.com.br/?podcast=nerdcast-143-nerds-geeks-e-freaks>

*NerdCast 192a: O Senhor dos Anéis: A Sociedade do Anel*

<https://jovemnerd.com.br/?podcast=nerdcast-192a-o-senhor-dos-aneis-a-sociedade-do-anel>

*NerdCast 241: Isso é uma furada!*

<https://jovemnerd.com.br/?podcast=nerdcast-241-isso-e-uma-furada>

*NerdCast 251 Especial RPG – O Bruxo, a Princesa e o Dragão:*

<https://jovemnerd.com.br/?podcast=nerdcast-251-especial-rpg-o-bruxo-a-princesa-e-o-dragao>

*NerdCast 342: T-Zombii: A Gravação dos Mortos*

<https://jovemnerd.com.br/?podcast=nerdcast-342-audio-drama-t-zombii-a-gravacao-dos-mortos>

*NerdCast 381 - Tecnologias do Futuro*

<https://jovemnerd.com.br/?podcast=nerdcast-381-tecnologias-do-futuro>

*NerdCast 440 - Making of Podcasts*

<https://jovemnerd.com.br/?podcast=nerdcast-440-making-of-podcasts>

*NerdCast 523 - Game of Thrones: VINGANÇA!*

<https://jovemnerd.com.br/nerdcast/game-of-thrones/>

*NerdCast 533 Stranger Things: O sucesso do passado*

<https://jovemnerd.com.br/?podcast=stranger-things-o-sucesso-do-passado>

*NerdCast 538 - Falando mal do Whatsapp*

<https://jovemnerd.com.br/?podcast=whatsapp>

*NerdCast 550: Melhor de 550 Nerdcasts!*

<https://jovemnerd.com.br/?podcast=o-melhor-de-550-nerdcasts>

### MAMILOS – Lista de episódios citados

*Braincast 129 – Teste de Bechdel e o papel feminino na ficção*

<http://www.b9.com.br/52144/braincast-129-teste-de-bechdel-e-o-papel-feminino-na-ficcao/>

*Mamilos 1 - Bundas, traições, complexo de Deus e cometa*

<http://www.b9.com.br/53007/mamilos-1-bundas-traicoes-complexo-de-deus-e-cometa/>

*Mamilos 2 - Precisamos falar sobre aborto, Uber, Lollapalooza*

<http://www.b9.com.br/53191/mamilos-2-precisamos-falar-sobre-aborto-uber-lollapalooza/>

*Mamilos 15 - Feminismo, Glass Lion, Gladiadores do Altar e vazamentos*

<http://www.b9.com.br/55782/mamilos-15-feminismo-glass-lion-gladiadores-do-altar-e-vazamentos/>

*Mamilos 24 - Transgênicos, Toren, Boko Haram, Bebê real*

<http://www.b9.com.br/57653/mamilos-24-transgenicos-toren-boko-haram-bebe-real/>

*Mamilos 25 - Jornalismo, Fachin, igualdade salarial e o lado negro da internet*

<http://www.b9.com.br/57840/mamilos-25-jornalismo-fachin-igualdade-salarial-e-o-lado-negro-da-internet/>

*Mamilos 26 – O feminismo de Mad Max, Magnum, GoT e podcasts no Spotify*

<http://www.b9.com.br/57989/mamilos-26-mad-max-e-feminismo-magnum-got-e-podcasts-no-spotify/>

*Mamilos 29 – Amores acima de qualquer polêmica*

<http://www.b9.com.br/58442/mamilos-29-raca-religiao-idade-deficiencia-orientacao-sexual-amores-acima-de-qualquer-polemica/>

*Mamilos 44 – Star Wars, sigilos e prefeito herói*

<http://www.b9.com.br/61426/mamilos-44-star-wars-sigilos-e-prefeito-heroi/>

*Mamilos 47 - Edição de Aniversário*

<http://www.b9.com.br/61790/mamilos-47-edicao-de-aniversario/>

*Mamilos 60 - Operação Lava Jato*

<http://www.b9.com.br/63908/mamilos-60-operacao-lava-jato/>

*Mamilos 89 – Trump, e agora?*

<http://www.b9.com.br/68176/mamilos-89-trump-e-agora/>

*Mamilos 90 – Aniversário, Ocupação nas Escolas e Prisões no Rio de Janeiro*

<http://www.b9.com.br/68307/mamilos-90-aniversario-ocupacao-nas-escolas-e-prisoas-no-rio-de-janeiro/>

*Mamilos 91 - Argentina, Papa e o Aborto, Chikungunya*

<http://www.b9.com.br/68438/mamilos-91-argentina-papa-e-o-aborto-chikungunya/>

*Mamilos 102 - Empatia e População de Rua*

<http://www.b9.com.br/72982/mamilos-102-empatia-e-populacao-de-rua/>

*Mamilos 104 - Síria, Torcidas organizadas e BBB*

<http://www.b9.com.br/73369/mamilos-104-siria-torcidas-organizadas-e-bbb/>

*Mamilos 115 - Venezuela em convulsão*

<http://www.b9.com.br/77216/mamilos-115-venezuela-em-convulsaao/>

*Mamilos 128 – Especial 3 anos!*

<http://www.b9.com.br/81226/mamilos-128-especial-3-anos/>

## **ANTICAST – Lista de episódios citados**

*AntiCast 100 - Curitibaanos, Sabão, Regulamentação e Ouvintes*

<http://www.b9.com.br/41256/anticast-100-curitibanos-sabao-regulamentacao-ouvintes/>

*AntiCast 150 – ~Dossiê~ do Olavão*

<http://www.b9.com.br/52051/anticast-150-dossie-olavao/>

*AntiCast 189 – O Cristianismo e a Homossexualidade*

<http://www.b9.com.br/59125/anticast-189-o-cristianismo-e-a-homossexualidade/>

AntiCast 198 – *O Machismo (e outras coisas) no mundo Nerd*

<http://anticast.com.br/2015/09/anticast/anticast-198-o-machismo-e-outras-coisas-no-mundo-nerd/>

AntiCast 200 – *Os Patrões é Que Mandam!*

<http://www.b9.com.br/60810/anticast-200-os-patroes-e-que-mandam/>

AntiCast 209 – *Afrofuturismo*

<http://www.b9.com.br/61899/anticast-209-afrofuturismo/>

AntiCast 235 – *Beyoncé quebrou TUDO com o Lemonade*

<http://www.b9.com.br/65011/anticast-235-beyonce-quebrou-tudo-com-o-lemonade/>

AntiCast 300 – *Memes e Gifs de Gatinhos*

<http://anticast.com.br/2017/08/anticast/anticast-300-memes-e-gifs-de-gatinhos/>

AntiCast 304 – *Queermuseu: Arte e Moral*

<http://anticast.com.br/2017/09/anticast/anticast-304-queermuseu-arte-e-moral/>

AntiCast 305 – *O programa das VINHADA [BERRO!!!]*

<http://anticast.com.br/2017/09/anticast/anticast-305-o-programa-das-vinhada-berro/>

AntiCast 313 – *Da onde vêm as ideias da Nova Direita?*

<http://anticast.com.br/2017/11/anticast/anticast-313-da-onde-vem-as-ideias-da-nova-direita/>

AntiCast 315 – *Eleições 2018: Pré-Análise*

<http://anticast.com.br/2017/11/anticast/anticast-315-eleicoes-2018-pre-analise/>

Lado (B)lack #29 – *Apagamento*

<http://www.ladoblack.com.br/apagamento>

Trans Missão #1 - *Tá Saindo Do Armário O Monstro!*

<https://soundcloud.com/paupedra/trans-missao-1-ta-saindo-do-armario-o-monstro>

## **DESOBEDIÊNCIA SONORA – Lista de episódios citados**

Ocupação Sonora #1 - *A luta por moradia na cidade*

<https://desobedienciasonora.milharal.org/podcast-ocupacao-sonora/>

Podcast #12 – *Kamau*

<https://desobedienciasonora.milharal.org/2009/11/11/edicao-12-kamau/>

Podcast #86 – *Fábrica Ocupada Flaskô*

<https://desobedienciasonora.milharal.org/2015/12/18/edicao-86-fabrica-ocupada-flasko/>

Podcast #101 – *Rap Plus Size*

<https://desobedienciasonora.milharal.org/2016/08/21/podcast-101-rap-plus-size/>

Podcast #122 – *Comunidade Carcerária*

<https://desobedienciasonora.milharal.org/2017/06/27/podcast-122-comunidade-carceraria/>

Podcast #123 - *30 dias por Rafael Braga*

<https://desobedienciasonora.milharal.org/2017/07/11/podcast-123-30-dias-por-rafael-braga/>

*Podcast #127 – A Craco Resiste*

<https://desobedienciasonora.milharal.org/2017/09/04/podcast-127-a-craco-resiste/>

*Podcast #130 – Ocupação Independente Aqualtune*

<https://desobedienciasonora.milharal.org/2017/10/17/podcast-130-ocupacao-independente-aqualtune/>

*Podcast #133 – Ocupação Marias da Consolação*

<https://desobedienciasonora.milharal.org/tag/ocupacao-marias-da-consolacao/>