

## ***Podcasts no contexto da pandemia: apontamentos teóricos a partir de leituras sobre comunicação e experiência estética***<sup>1</sup>

Daniela Borges de OLIVEIRA<sup>2</sup>

Laan Mendes de BARROS<sup>3</sup>

Universidade Estadual Paulista, Bauru, SP

### **Resumo**

O presente artigo busca demonstrar que ensaios de Hermenêutica de Paul Ricoeur e discussões sobre Experiência Estética, apresentadas por Jacques Rancière, Herman Parret e Muniz Sodré, contribuem na pesquisa das interações envolvidas na produção e percepção de *podcasts*. O trabalho inicia discussão de interpretar os afetos na comunicação em *podcasts* produzidos por mulheres durante a pandemia. Assim, defende que teorias que associam comunicação à experiência estética são fundamentais para respaldar a pesquisa de *podcasts*. Para isso, aborda o Estado da Arte sobre *podcasts* no contexto da doença de Covid-19 para avaliar como o assunto vem sendo estudado. Em contraponto, oferece fundamentação teórica para sugerir nova visada que aborde afetos na Comunicação e pontua problemáticas futuras, principalmente na busca por autoras mulheres que tratem o tema.

**Palavras-chave:** Rancière; Ricoeur; Sodré; *podcast*; Covid-19.

### **INTRODUÇÃO**

O presente artigo parte de um mapeamento básico de referenciais teóricos da hermenêutica, como aqueles propostos por Paul Ricoeur, e da fenomenologia da experiência estética, tal qual nos apresentam Jacques Rancière, Herman Parret e Muniz Sodré, como fundamentação para o estudo de *podcasts* no contexto da pandemia da Covid-19. Tais referências teórico-epistemológicos são necessárias para respaldar uma investigação mais ampla da primeira autora, durante seu mestrado em Comunicação, sob orientação do segundo autor. O tema da referida pesquisa é: o afeto nos processos comunicativos de *podcasts* de mulheres na pandemia. Tema este que se articula com estudos que o docente tem feito na compreensão da “Comunicação sem anestesia” (BARROS, 2017), na perspectiva de se pensar a comunicação como interação sensível,

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Estéticas, Políticas do corpo e Gêneros, XXI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Mestranda do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design da Universidade Estadual Paulista (FAAC/Unesp). E-mail: [db.oliveira@unesp.br](mailto:db.oliveira@unesp.br)

<sup>3</sup> Professor permanente e coordenador do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Estadual Paulista (Unesp), doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (USP), com pós-doutorado pela Université Grenoble Alpes, França. E-mail: [laan.m.barros@unesp.br](mailto:laan.m.barros@unesp.br)

---

de forma a se construir um olhar apurado para as dinâmicas da recepção dos produtos midiáticos e suas articulações no cotidiano das pessoas, como percepção estética.

Assim, apresentamos aqui um breve Estado da Arte dos estudos de *podcast* no decorrer da pandemia no Brasil, comparando-os com propostas teóricas sobre comunicação e experiência estética, para mostrar que o *podcast* pode ser pesquisado numa visada sensível das trocas interpessoais e grupais midiáticas no cotidiano contemporâneo. A partir desse Estado da Arte, busca-se identificar e alinhar algumas referências e conceitos centrais de leituras sobre hermenêutica e experiência estética.

O Brasil possui cerca de 34,6 milhões de ouvintes de *podcasts* (ABPOD, 2020a), sendo a maioria homens. Do total, a proporção do público com ensino superior incompleto (30%) e completo (31%) é semelhante, o que é notável visto que o nível de escolaridade é indicativo de acessibilidade aos produtos midiáticos. Além disso, os *podcasts* são comumente consumidos durante atividades cotidianas, como a faxina na casa ou deslocamentos físicos (STRICKLAND et al., 2021). Diferente do rádio, porém, o *podcast* costuma ser consumido por quem quer se concentrar mais no conteúdo (BERRY, 2020), o que nos faz pensar a abertura dos ouvintes para afetações a partir da escuta de programas e episódios escolhidos por ele.

Somos o segundo país no mundo em produção de *podcasts* (LISTEN NOTES, 2021), crescente desde 2018, ou seja, sua importância como produto midiático também cresce. Quanto aos produtores, há hegemonia de homens (75,7%), de pessoas heterossexuais (81,3%) e brancas (58,8%). Assim, percebe-se que a podosfera ainda é marcada pelo olhar masculino, sendo pouca a participação de minorias em relação à classe ou ao gênero, como mulheres ou pessoas do universo LGBTQI+ (ABPOD, 2020b). Sendo assim, é necessário nos atentarmos para as propostas idealizadas por minorias, que dialogam com seus grupos sociais, como forma de identificação e reconhecimento.

São diversos os formatos possíveis de *podcasts*, de notícias diárias (G1 e Estadão, por exemplo), humor, horóscopo, de instituições de ensino (FALCÃO, 2020), meditação e yoga, até o escolhido para ser explorado: os que abordam relações afetivas, como o “Nós” – da radialista Roberta Martinelli e a apresentadora Sarah Oliveira, surgido em maio de 2021 – e o “AFETOS por Gabi Oliveira e Karina Vieira”, criado em junho de 2019 pelas ativistas e influenciadoras negras formadas em comunicação social.

Para o levantamento inicial do Estado da Arte das pesquisas sobre *podcasts* no contexto da pandemia do coronavírus, foi realizada busca pelo termo “podcast” nas

plataformas online da Compós (Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação no Brasil), da Intercom (Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação), da SBPJor (Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo), Portal de Periódicos e Teses e Dissertações da CAPES, *Scopus*, Google Acadêmico e revistas como a *Radiofonias da UFOP* (Universidade Federal de Ouro Preto). Tal filtro foi associado aos termos “pandemia”, “coronavírus” e “Covid-19”. Os trabalhos encontrados são avaliados brevemente neste artigo, para verificarmos teorias acionadas e a importância de avançar para os campos da hermenêutica e experiência estética. Ao todo, foram levantados 11 artigos, um editorial e uma entrevista, publicados em revistas científicas ou em anais de grandes congressos de Comunicação do Brasil:

**Tabela:** Estado da Arte sobre *podcast* no contexto da pandemia de Covid-19.

Título	Local / Ano	Autor(es)
O rádio está aprendendo muito com o podcasting Entrevistado: Richard Berry	Revista Radiofonias (UFOP) - 2020	Entrevistador: Marcelo Kischinhevsky
Cartografia da produção de podcasts universitários no contexto da pandemia	Revista Radiofonias (UFOP) - 2020	Luân Chagas, Izani Mustafá, Luana Viana e Bruno Balacó
Podcasting tensiona categorizações e ganha, enfim, destaque como objeto de estudos	Revista Radiofonias (UFOP) - 2020	Marcelo Kischinhevsky, Debora Cristina Lopez e Lena Benzecry
O podcast <i>Cuidar, Verbo Coletivo</i> : uma forma de falar sobre cuidado na pandemia	Revista DILEMAS (UFRJ) - 2020	Bruna Angotti e Regina Stela Corrêa Vieira
A Abordagem dos Podcasts Sobre Yôga e Meditação em Tempos de Pandemia	43º Congresso da Intercom - 2020 (GP Rádio e Mídia Sonora)	Ellis Regina Araújo da Silva
Jornalismo, podcast e as arquiteturas da notícia	43º Congresso da Intercom – 2020 (GP Conteúdos Digitais e Convergências Tecnológicas)	Alexandra Fante e Fernando Ringel
O podcast e a redescoberta da ficção sonora	43º Congresso da Intercom – 2020 (GP Rádio e Mídia Sonora)	Daniel Gambaro e Nivaldo Ferraz
Investigando a inserção dos estudos radiofônicos e de mídia sonora na pós-graduação em Comunicação no Brasil	43º Congresso Brasileiro da Intercom – 2020 (GP Rádio e Mídia Sonora)	Marcelo Kischinhevsky, Debora Cristina Lopez, Izani Mustafá, Marcelo Freire, Patricia Consciente, Maita Carvalho de Almeida, Leonardo Lopes do Couto e Vitória de Azevedo Dias da Cunha
As características sonoras do Podcast <i>O Assunto</i> frente à estética radiofônica	43º Congresso Brasileiro da Intercom- 2020 (GP Rádio e Mídia Sonora)	Luis David Falcão Padilha
Como o isolamento social causado pela pandemia de Covid 19 impactou o consumo de podcasts no Brasil: Uma análise de matérias jornalísticas nacionais	43º Congresso Brasileiro da Intercom - 2020	Maria Jovelina da Cruz Guimarães Araújo (mestranda) e Andrea de Lima Trigueiro de Amorim
Narrativas transmidiáticas no telejornalismo e o aumento do consumo de podcasts durante o isolamento social	18º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor) - 2020	Rackel Cardoso Santos Guimarães
O boom de podcasts universitários durante a pandemia de coronavírus no Brasil	18º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor) - 2020	Bárbara Mendes Falcão
<i>Podcasting as a tool to take conservation education online</i>	<i>Academic practice in ecology and Evolution</i> - 2021	Bronson K. Strickland, Jarred M. Brooke, Mitchell T. Zischke e Marcus A. Lashley

A seguir, descrevemos o material obtido para mostrar a importância de avançar no campo dos estudos de *podcasts* na pandemia. Seguimos em movimento de definir a “Comunicação” que fundamenta o presente trabalho, ao incluir ideias dos autores: Ricoeur, Parret, Rancière e Sodré. Ao final, apresentamos alguns desafios a serem enfrentados em pesquisas sobre essas novas formas de produ o, circula o e consumo de notícias e temáticas na sociedade em rede e da interconexão de aparatos móveis.

---

## Estado da Arte: *podcast* e pandemia de Covid-19

Por ser contexto recente, a chegada do coronavírus no Brasil em fevereiro e a declaração de pandemia pela OMS (Organização Mundial da Saúde) em março de 2020, são poucos os estudos acerca de *podcasts* no distanciamento social. Algumas pesquisas citam a pandemia ou o coronavírus (Covid-19) de forma acessória, sem aprofundar o fenômeno do *podcast* neste período (PADILHA, 2020; KISCHINHEVSKY et al., 2020), se preocupando mais com a comparação deste formato com o convencional rádio do que com significações possíveis.

Como citado, foram encontrados artigos apresentados em Grupos de Pesquisa ou de Trabalho de grandes congressos de comunicação, como o da Intercom, ou eventos específicos, como o Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, da SBPJor, realizados em 2020. Tais trabalhos, apesar da relevância dos eventos, não aprofundam o tema em seu formato restrito (em média 15 páginas), mesmo utilizando-se de revisão bibliográfica e documental. Ou seja, são trabalhos marcadamente descritivos e exploratórios, como é perfeitamente justificável dado o caráter recente do fenômeno estudado. Esta percepção nos reforça que o tema é incipiente, devido à atualidade das transformações nas produções midiáticas decorrentes do contexto da pandemia, e nos acena para um por vir das investigações sobre a produção, circulação e recepção de *podcasts* no período de distanciamento social, exigido durante a crise sanitária no país.

Nos artigos que associam *podcasts* à pandemia, explicações para a busca do público pelo produto e a própria produção de *podcasts* confluem: a preferências por consumir nichos que tratem de bem-estar e acolhimento (ARAÚJO e AMORIM, 2020; SILVA, 2020); e as pressões mercadológicas, no investimento de meios de comunicação e instituições de ensino superior neste formato midiático, mais acessível (GUIMARÃES, 2020; FALCÃO, 2020; CHAGAS et al., 2020; STRICKLAND et al., 2021).

Apesar de percebermos uma preferência pelo estudo de *podcasts* jornalísticos nos trabalhos elencados, o gênero de destaque dos *podcasts* mais ouvidos no Brasil é o de “Sociedade e Cultura”, conforme classificação de Alexandra Fante e Fernando Ringel (2020), que é tema apropriado para encaixar iniciativas de *podcasts* sobre transformações da sociedade frente à pandemia. A escolha do estudo mais amplo por observar *podcasts* no decorrer da crise de saúde mundial é relevante, na medida em que é constatado o aumento da produção do formato no período: “[...] há um aumento significativo na oferta

---

de podcasts que enfocam a crise do novo coronavírus, inclusive nas universidades [...]” (KISCHINHEVSKY, LOPEZ e BENZECRY, 2020, p.9).

Quanto ao uso de *podcasts* por universidades, destaco que iniciativas serviram para levar informação sobre os cuidados com a doença do coronavírus, e também para aproximação com realidades locais, onde não há meios de comunicação, valorizando a aproximação e regionalização de grupos minoritários, como comunidades indígenas, quilombolas, rurais e periferias urbanas (CHAGAS et al., 2020). Essas iniciativas reforçam um senso de comunidade aos ouvintes dos *podcasts*.

Autores como Henry Jenkins e André Lemos são frequentemente acionados, nas pesquisas verificadas, para tratar de uma cultura da convergência e a respeito do jornalismo e interatividade na internet; assim como Nelson Traquina para abordar os valores-notícia jornalísticos. A única pesquisadora mulher que se destaca é Lucia Santaella, sobre narrativa transmídia. As teorias utilizadas têm perspectivas tecnicistas, observando a comunicação como transmissão de mensagens por meio de tecnologias.

Os métodos utilizados foram marcadamente a análise de conteúdo, cartografia de *podcasts* na rede e observação de matérias jornalísticas. Tais ferramentas não são capazes de compreender interações, os sentidos construídos nos *podcasts* em sua relação com o momento histórico para além da descrição dos episódios. Não consideram, portanto, posições ideológicas, jogos de poder e condições específicas como a influência da classe social na produção e recepção de *podcasts*. Apesar disso, apontam a mudança no hábito de consumo graças à alteração da rotina do ouvinte, o que faz pensar o protagonismo da recepção, pouco explorada nos estudos.

Dos trabalhos, iniciativa interessante é apresentada por Vieira e Angotti (2020), pesquisadoras que criam o *podcast* “Cuidar, Verbo Coletivo” para tratar das diferentes abordagens do cuidado na pandemia, sob perspectiva acadêmica, militante e profissional. Além de trazer a dimensão emocional e múltipla das consequências do isolamento no espaço doméstico no período, o enfoque dado à condição das mulheres é especialmente importante: com a medida, o gênero associado ao cuidado humano se sobrecarrega na profissão, no tratamento da família, e abordam até o aumento da violência doméstica.

Fica claro o afeto presente em tal pesquisa, no sentido de afetação das produtoras (VIEIRA e ANGOTTI, 2020) no decorrer dos episódios: com mudanças na forma como compreendem a relação entre o cuidado e a sociabilidade humana; apreendem o conceito de “cuidado” em movimento, considerando-se a prática; e, ainda, percebe-se forte

---

presença afetiva na escrita do artigo, com posicionamentos sobre as emoções causadas. Estes são aspectos a destacar, apesar de não fundamentados em um movimento teórico, na forma como lidamos com as pesquisas sobre as relações humanas na Comunicação.

### **A Comunicação a partir de Ricoeur, Rancière, Parret e Sodré**

O campo da Comunicação esteve muito associado a teorias hegemônicas, como a Teoria Crítica frankfurtiana, que critica a alienação, e o funcionalismo norte-americano, que se foca no estudo dos meios. Na América Latina, porém, a realidade cultural e politicamente diversa exige perspectiva que dê conta dos avanços dos usos dos meios pela esfera popular e o pensar a comunicação como interação, vinculação. Tal cenário é marcado pela mudança de olhar para pensar as “mediações” (MARTÍN-BARBERO, 2009), que atenta para o repertório e horizonte de expectativas dos interlocutores, mediações entre o ser e o mundo externo que atuam nos modos de percepção. Haveria uma dialogia entre o ser e o mundo, entre o ser e o Outro<sup>4</sup>.

É relevante pontuar a provocação de França (2016) de que os pesquisadores evidenciem qual a noção de “Comunicação” que exploram, que dá bases para entender escolhas de objeto e teorias para analisar movimentos complexos da sociedade. Por esta razão, aqui evidenciamos os autores fundamentais: Paul Ricoeur – sobre o conceito de reconhecimento do Outro; Jacques Rancière – relação entre estética e política; Herman Parret – na noção de comunidade e sensibilização da vida social; além de Muniz Sodré – compreensão de “afeto”. Tais teóricos ajudam a conceituar a espécie de “guarda-chuva” teórico-metodológico em que se observam os *podcasts* de mulheres produzidos no decorrer da pandemia de Covid-19.

A escolha por estudar especialmente produtos de mulheres não pretendeu adentrar na discussão da noção de “mulher”, como trabalhada por Butler (2003) sobre problemáticas do sexo e gênero na sociedade heteronormativa. A intenção é partir de propostas de comunicação sensibilizada, que pensam o contexto social para conceber produções que façam sentindo no cotidiano, no atravessamento do momento de crise política e sanitária com a pandemia, marcada por discursos de ódio e movimentos negacionistas. Apesar disso, a intenção de estudar *podcasts* idealizados por mulheres como o “Nós” e o “AFETOS”, vem de uma necessidade de quebra da forte presença masculina no meio,

---

<sup>4</sup> Interessante notar que Jesús Martín-Barbero foi aluno de Paul Ricoeur, o que marca suas discussões para a virada comunicacional de pensar o popular, o cotidiano, e não os meios de comunicação hegemônicos.

---

para observarmos as críticas às desigualdades estruturais presentes nas narrativas dessas mulheres, e também para demonstrar uma tendência a um olhar afetivo das formas de comunicar, percebido principalmente em produções de mulheres.

Estudos de Ricoeur (2006) indicam os movimentos de construção da identidade, que necessitam de interações comunicacionais. Chamado de “idem”, o reconhecimento como identificação é a compreensão do que é o “eu” em contraposição ao que é o “Outro”; o reconhecer a si-mesmo, por sua vez, é a percepção do que nos faz indivíduos singulares em relação aos outros, identificado pelo autor como “ipse”; já a interação entre este “eu” e o “Outro” está no reconhecimento mútuo que envolve reciprocidade, a interação dialética com o coletivo por meio do diálogo.

A alteridade está presente nestas etapas, que exigem pensar um “Outro” para saber se posicionar diante do mundo. Tal acepção contribui para pensar uma comunicação que promova o diálogo e rompa com os discursos de ódio, principalmente nas redes sociais (BARROS, 2020). É característico do *podcast* explorar o diálogo com entrevistas, rodas de conversas e interações com o público que resultam em temas de episódios. Nos casos dos *podcasts* “Nós” e “AFETOS”, as interações se colocam em relação horizontal entre entrevistadoras e entrevistados, público e produtoras. O “Outro” está ali, presente nas entrevistas ou nas sugestões dos temas, e não somente como um horizonte de perspectiva.

Como abordamos anteriormente (BARROS, 2017, p. 171) para Ricoeur, “o outro está presente no tempo e espaço da experiência de vida de cada indivíduo, o outro está presente na própria concepção da ipseidade [determinante para diferenciar um ser] de cada um. O outro está em nós”. Não só os que convivemos, mas que vieram antes de nós e os que ainda são expectativa.

Ao discorrer o discurso como acontecimento dialético, Ricoeur (1989) destaca a relevância de conceber a temporalidade do ato comunicativo para compreendê-lo. O autor aborda o distanciamento entre obra e leitor, necessário para sua emancipação. Neste ponto, entende-se que a compreensão do si é uma consequência da relação de negociação entre o ser e a obra. A obra se coloca em relação dialética com o mundo por meio da experiência “que comporta aberturas, possibilidades de jogo, indeterminações; apreender uma obra como acontecimento é apreender a relação entre a situação e o projecto no processo de reestruturação” (RICOEUR, 1989, p.116).

As ideias de negociação e emancipação do espectador frente ao acontecimento trazem novo papel à recepção. Se trocarmos “texto” por “troca discursiva” ou “conversa”,

---

percebemos a importância do “eu” se abrir a um processo dialógico: se propor, explicar e experimentar. Tais ações nos abrem para a interpretação a partir do contato com outras realidades. Compreender quem somos faz parte de um movimento de projeção de possíveis propostas de mundo (RICOEUR, 1989). Nesse sentido, compreendemos as relações envolvidas nos *podcasts* que tratam de interações humanas, por processos de abertura e transformação, experiências de reconhecimento.

Ao também trabalhar o sujeito emancipado, a recepção como momento de potência do agir, Rancière (2014) é autor chave para ultrapassar a relação passiva entre sujeito e mídia. Além disso, ele aproxima movimentos estéticos com a participação política em sua obra “A partilha do sensível” (RANCIÈRE, 2009). O teórico traz o olhar para fissuras e desigualdades a partir da percepção sensível, que nos faz questionar estruturas de poder a partir de processos comunicacionais, de troca, que promovem o questionamento e novas formas de conhecimento.

A emancipação [...] começa quando se questiona a oposição entre olhar e agir, quando se compreende que as evidências que assim estruturam as relações do dizer, do ver e do fazer pertencem à estrutura da dominação e da sujeição. Começa quando se compreende que olhar é também uma ação que confirma ou transforma essa distribuição das posições (RANCIÈRE, 2014, p.17).

A concepção de diálogo é evidente quando Rancière (2009) mostra a interseção entre estética (estesia ou relações sensíveis) e com a política (comum). A partilha do sensível é: “o sistema de evidências sensíveis que revela, ao mesmo tempo, a existência de um *comum* e dos recortes que nele definem lugares e partes respectivas. Uma partilha sensível fixa portanto, ao mesmo tempo, um *comum* partilhado e partes exclusivas.” (RANCIÈRE, 2009, p. 15, grifos do autor). Dessa forma, considera que cada indivíduo tem vínculos com o comum, sem perder suas particularidades. Assim, a igualdade de participação está constantemente no horizonte das relações. É nas tentativas de diálogo que se instaura o lugar comum, que não existe sem reciprocidade e reconhecimento entre os interlocutores. Para participar da cena política é preciso ser reconhecido. Para o autor, quem toma parte no comum tem visibilidade.

Fazer regimes de expressão se comunicarem é uma estética da criação de dissensos (RANCIÈRE, 2009). As cenas de dissenso mostram “ações de sujeitos que não eram, até então, contadas como interlocuções [que] irrompem e provocam rupturas na unidade daquilo que é dado na evidência do visível” (MARQUES, 2011, p. 32). Perceber as



diferenças, ouvir e colocá-las em diálogo torna possível mudarmos atitudes e olhares em relação ao coletivo. Este sentido é evidenciado quando coloca a “[r]ealização sensível de uma humanidade comum existindo ainda somente enquanto ideia” (RANCIÈRE, 2009, pp. 39-40).

Por isso, temos na noção de “dissenso” ou “desentendimento” a potência de participação pelas relações comunicativas: questionar, partilhar sensibilidades, transpor barreiras. Ao pensarmos *podcasts* produzidos por uma minoria de gênero, as mulheres, e ainda relacionados com a negritude que sofre com o racismo, temos um ambiente propício para ouvir histórias que chocam com a realidade e reivindicam direitos. O desentendimento entra em dialética com o consenso, as tensões constituem a política como experiência compartilhada no espaço comum. Tais preceitos reforçam a relevância do reconhecimento, já que pensar o político no comum pode ser em diálogo, em roda de conversa em que nos posicionamos politicamente. Tal qual nos *podcasts* propostos.

Na mesma perspectiva da "partilha do sensível", proposta por Rancière, cabe pensar a ideia de *sensus communalis*, problematizada por Herman Parret (1997) em “A estética da comunicação”, ao desdobrar a ideia de *sensus communis* já presentes na concepção da estética kantiana. Para ele, "o *sensus communis* é um *sensus communalis*, um sentimento de estar-com-os-outros”, na mesma direção hermenêutica de Paul Ricoeur, que aprofundava a ideia de reconhecimento como alteridade. Parret (1997, pp. 197-198), nos propõe “socializar o sensível e sensibilizar o social”, pois “o *sensus communalis* é constituído por uma tensão entre o sensível e o social”. É, pois, nessa perspectiva afetiva que o estudo dos *podcasts* pode nos ajudar a compreender a dimensão de afetação sensível da relação que se estabelece entre autores e espectadores – no caso do estudo aqui trazido, entre autoras e espectadores.

Algo que nos chama a atenção na análise das interações estabelecidas na produção e percepção dos *podcasts* é que se estabelece uma relação de proximidade, e mesmo de cumplicidade, entre quem fala e quem ouve. Trata-se de falar *com* e não de falar *para*, de compartilhar e não, apenas, transmitir. Trata-se de compreender a comunicação no sentido do tornar comum, como experiência estética, plena de estesia.

Cria-se uma relação para além das locutoras e seus ouvintes. Trata-se de um diálogo, de uma relação que estabelece proximidades e o sentido do *sensus* compartilhado, por comunidades de apropriação. Existe mesmo uma cooperação comunicacional entre estes atores: o “AFETOS”, por exemplo, conta com uma comunidade virtual no *Telegram* que

põe em contato produtoras e ouvintes, que sugerem temas e fazem críticas sobre as pautas dos episódios. Em muitos momentos, os participantes vão além e compartilham experiências de vida, angústias e referenciais culturais. O *podcast* também conta com perfis próprios em mídias como o *Twitter* e *Instagram* que promovem outras formas de interações. Diferentemente, o *podcast* “Nós” é divulgado pelo perfil pessoal de suas produtoras, que aproveitam para compartilhar comentários do público, principalmente quando seus perfis são “marcados” nos *stories* dos ouvintes do *Instagram*.

São marcantes, nas respectivas formas interacionais propostas pelo “AFETOS” e “Nós”, o caráter acolhedor das locutoras. Ao lidarem com experiências pessoais e histórias de vida em entrevistas, respectivamente, enfocam a importância de redes de apoio entre pessoas, que podem começar pela discussão promovida nos programas e a disposição das produtoras em dialogar com seus ouvintes. Cria-se um ambiente de aproximação quase que terapêutica, que ameniza os efeitos do distanciamento social na pandemia. Destacamos, ainda, que as produtoras frequentemente se reconhecem nas falas e histórias compartilhadas por “outros” nos episódios. O reconhecimento de si-mesmo no outro que escuta intensifica a sensação de identificação de um grupo “comum”. É nesse sentido que reafirmamos a proposta de Parret (1997, p.201) “[d]a *estética da comunicação* valorizando, na pólis, a solidariedade no afeto”, ou seja, se estrutura como uma dimensão afetiva e comunitária, de colaboração e compartilhamento de sentimentos.

Fica evidente a estética como ponto central da Comunicação. Sodré (2016) enfatiza que estamos em uma época do sentir, da primazia da estética e dos afetos na comunicação. A Comunicação é vista como compreensão e vinculação (criação de vínculos). Ao falarmos de produtos midiáticos, Sodré (2016) é importante teórico por demonstrar a relação do sensível com a mídia, sendo a dimensão sensível um ajustamento afetivo, uma aproximação de diferenças. As estratégias sensíveis, segundo o autor, são “jogos de vinculação dos atos discursivos às relações de localização e afetação dos sujeitos no interior da linguagem” (SODRÉ, 2016, p.10). As experiências sensíveis são espontâneas e ocorrem por meio de contatos interativos, e ainda salvaguardam as singularidades do indivíduo.

É particularmente visível a urgência de outra posição interpretativa para o campo da Comunicação, capaz de liberar o agir comunicacional das concepções que o limitam ao nível da interação entre forças puramente mecânicas e de abarcar a diversidade da natureza das trocas, em que se

---

fazem presentes [...] principalmente os poderosos dispositivos do afeto (SODRÉ, 2016, p. 12).

É em Sodré (2016) que encontramos definições do “afeto” no pensar a comunicação. Diferentemente da noção positiva de afetividade, o afeto é uma ação de afetação sobre a sensibilidade do Outro. O fenômeno afetivo é uma perturbação na consciência causada através da lógica sensível: do envolvimento com falas, gestos, ritmos, ritos, emoções, sentimentos, sonhos etc. Segundo o autor, a mídia é “meio vital, também fonte específica de razoabilidade e afeto” (SODRÉ, 2016, p. 43).

Pensar o afeto como perturbação é também colocá-lo como uma potência do agir. O autor (SODRÉ, 2016) coloca a comunicação como compreensão: articulação de caminhos, interpretações, vinculações. A dimensão compreensiva da comunicação resulta do ato interpretativo, que é a reflexão a partir do contato com o adverso – aqui percebemos integração que se inicia em Ricoeur e têm continuidade em Rancière, pois é preciso a existência e reconhecimento de um Outro, na partilha de seus dissensos, para que aja vinculação para interpretação.

Por fim, compreendemos a Comunicação a partir das ideias de partilha sensível e de experiência estética, como processo marcado pela característica humana do ser sensível, que envolve afetações e transformações quando em dialogia com outras pessoas. Os fenômenos comunicacionais envolvem as experiências dos indivíduos na construção de sentidos como parte de um comum (RANCIÈRE, 2009). Apesar de não serem aprofundados aqui, outros autores auxiliam no pensar a relação do sujeito com a comunidade, como no pensamento de Martín-Barbero (2009) sobre sermos permeados por mediações cotidianas e, com Butler (2015)<sup>5</sup>, no considerar o conjunto de relações de uma temporalidade social, incluindo normas instituídas aos gêneros, sendo extremamente complexo o processo de reconhecimento de si mesmo em relação ao outro, um processo contínuo de transformações do “eu”.

Chegamos, a partir dos autores principais propostos, em uma formulação que permeará o estudo sobre *podcasts* que trabalham afetividade durante a pandemia: a Comunicação como campo de alteridade, onde sujeitos que se reconhecem estabelecem vínculos por trocas afetivas. Isso envolve o “ser” em particular – possibilidade de

---

<sup>5</sup> Apesar da autora dialogar com teóricos frankfurtianos, em especial Adorno, e Foucault, a que não nos aproximamos, acreditamos que discussões de Butler sobre gênero e reconhecimento podem contribuir sobre a constituição do indivíduo como ser relacional, cheio de opacidades no relatar a si mesmo e capaz de ser crítico frente às normas de sua época. Estamos sujeitos e produzimos afetações na sociedade.

---

desentendimento/dissenso – e seu “entorno”, o comum – o consenso, considerando contexto social, espacial e temporal.

Essa ideia se aproxima da proposição de “Comunicação sem anestesia” pelo segundo autor (Barros, 2017), caracterizada pela experiência estética de produção de sentidos, valorizando a intersubjetividade dos fenômenos. “Pensar a comunicação no âmbito da experiência estética implica, portanto, em acreditar no ser humano como um ser dotado de discernimento e sensibilidade, como um sujeito consciente, atento, sensível e criativo” (BARROS, 2017, p.162), por isso precisamos pensar a comunicação como fenômeno complexo que envolve afetações e a participação dos indivíduos no mundo midiático.

Como proposto, para pesquisar produções da mídia que envolvam espaços de trocas sensíveis, aqui expressas nos *podcasts* “Nós” e “AFETOS”, é preciso ultrapassar a concepção tecnicista e funcionalista dos estudos comunicacionais. Estes produtos não intentam informar o público em via de mão única, mas refletem a realidade social da época, se transformam com e a partir das interações com o público. A relação observada nesses *podcasts* é dialética e dialógica por princípio e, por isso, acredita-se que os teóricos sugeridos são um caminho acertado para pensar as relações, as mediações envolvidas e como a recepção é vista não como uma assimilação, mas constitutiva dos *podcasts*.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Fica evidente no Estado da Arte o debate sobre a vinculação do *podcast* ao espectro radiofônico ou como hipermídia, e seu uso como ferramenta pedagógica, conteúdo complementar durante a pandemia de Covid-19, que exigiu adaptação da educação ao ensino remoto. São poucos os estudos até o momento, porém, que abordam *podcasts* voltados às relações sensíveis durante a pandemia. Dos títulos levantados, se destacam as propostas do *podcast* “Cuidar, Verbo Coletivo” e o estudo sobre *podcasts* de meditação e yoga, preocupados com o entendimento de bem-estar durante a crise sanitária.

Ao contrário dos enfoques que descrevem ou classificam *podcasts*, propomos interpretar o formato em seu contexto histórico, político e social. Por vivermos em meio a bolhas ideológicas na internet e discursos regados de emoção, principalmente da raiva contra o outro e do medo contra o vírus da Covid-19, percebemos que iniciativas midiáticas como o “Nós” e o “AFETOS” tentam atender demandas afetivas e de relações sociais, ao encorajarem a escuta do outro e apresentarem olhares dos excluídos.

---

Por esta razão, Ricoeur, Rancière, Parret e Sodré contribuem para um diferente olhar comunicacional sobre *podcasts*. No estímulo da audição pelo diálogo, música, e também os silêncios, o produto pode causar sensações que promovam agrado ou desconforto frente à realidade em que vivemos: nos apresentando outros possíveis. Somos sensibilizados por histórias humanas, principalmente durante o isolamento.

Quanto aos problemas a serem enfrentados na perspectiva estésica da pesquisa sobre *podcasts* no contexto pandêmico, destacamos a questão de gênero. O Estado da Arte, até junho de 2021, mostra que dos 24 de autores (excluído o artigo da revista de Ecologia), cerca de 62% são mulheres. Apesar disso, mulheres pesquisadoras são minoria nas Ciências Sociais Aplicadas, que engloba a Comunicação, pela Plataforma Lattes<sup>6</sup>. Os próprios autores defendidos aqui para a visada da experiência estética demonstram a predominância masculina do tema. Somos desafiados a buscar referências femininas para avaliar as produções dessas mulheres *podcasters*.

Porém, mulheres vêm se destacando, como Ângela Marques ao refletir o pensamento de Rancière e Parret, e recentemente a pesquisadora Francine Altheman premiada com a tese “Cenas de dissenso, arranjos disposicionais e experiências insurgentes” no Prêmio Compós de Teses e Dissertações de 2021, orientada por Marques pela UFMG (Universidade Federal de Minas Gerais). Portanto, abre-se um campo de estudos propício para o olhar da comunicação com estesia, principalmente para iniciativas femininas como o “Nós” e “AFETOS”. Além de que, na perspectiva de pesquisadora mulher e primeira autora deste artigo, sob a orientação do professor Laan Mendes de Barros, tal empreitada contribui para a diversidade no ramo da Comunicação.

## REFERÊNCIAS

ABPOD - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PODCASTERS. PodPesquisa 2019-2020, resultados disponíveis em 2020a. Disponível em: <<https://abpod.org/podpesquisa-2019/>>. Acesso em: 04 de jun. de 2021.

ABPOD – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PODCASTERS. PodPesquisa Produtor 2020-2021, resultados apresentados em dez. 2020b. Disponível em: <<https://abpod.org/podpesquisa/>>. Acesso em: 04 de jun. de 2021.

ANGOTTI, Bruna; VIEIRA, Regina Stela Corrêa. O podcast Cuidar, Verbo Coletivo: Uma forma de falar sobre cuidado na pandemia. **DILEMAS: Revista de Estudos de Conflito e Controle Social**, Rio de Janeiro, Reflexões na Pandemia, p. 1-13, 2020. Disponível em: <<https://www.reflexpandemia.org/>>. Acesso em: 05 de jul. de 2021.

---

<sup>6</sup> Informação consultada em: <http://fapesq.rpp.br/noticias/mulheres-sao-40-dos-pesquisadores-do-brasil-que-declaram-ter-doutorado-nas-5-maiores-areas-de-conhecimento-aponta-levantamento>. Acesso em 30 de jul. de 2021.

ARAÚJO, Maria Jovelina da Cruz Guimarães; AMORIM, Andrea de Lima Trigueiro de. Como o isolamento social causado pela pandemia de Covid 19 impactou o consumo de podcasts no Brasil: Uma análise de matérias jornalísticas nacionais. In: 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, dez. de 2020. **Anais eletrônicos...** Bahia: UFBA, 2020. Disponível em: <[https://portalintercom.org.br/anais/nacional2020/listatrabarea\\_GPs.htm](https://portalintercom.org.br/anais/nacional2020/listatrabarea_GPs.htm)>. Acesso em: 05 de jul. de 2021.

BARROS, Laan Mendes de. Comunicação sem anestesia. **Intercom**, Rev. Bras. Ciênc. Comun. 2017, vol.40, n.1, pp.159-175. ISSN 1980-3508.

BARROS, Laan Mendes de. Reconhecimento, estesia e alteridade para romper os discursos de ódio. p. 186-201. In: BARROS, L. M de; MARQUES, J. C.; MÉDOLA, A. S. (Orgs.). **Produção de Sentido na Cultura Mídia**. Olhares transversais. Belo Horizonte: Selo PPGCOM UFMG, 2020.

BERRY, Richard. “O Rádio está aprendendo muito com o podcasting”. Entrevistado por KISCHINHEVSKY, M. **Radiofonias** — Revista de Estudos em Mídia Sonora, Mariana, v. 11, n. 1, p. 200-204, jan./abr. 2020.

BUTLER, Judith. **Problemas de gênero: Feminismo e subversão da identidade**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

BUTLER, Judith. **Relatar a si mesmo: Crítica da violência ética**. São Paulo: Autêntica, 2015.

CHAGAS, L. J. V.; MUSTAFÁ, I. P; VIANA, L.; BALACÓ, B. A. F. Cartografia da produção de podcasts universitários no contexto da pandemia. **Radiofonias** – Revista de Estudos em Mídia Sonora, Mariana-MG, v. 11, n. 03, p. 06-36, set./dez. 2020.

FALCÃO, Bárbara Mendes. O boom de podcasts universitários durante a pandemia de coronavírus no Brasil. In: 18º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, nov. de 2020. **Anais eletrônicos...** Brasília: UnB, 2020. Disponível em: <<http://sbpjour.org.br/congresso/index.php/sbpjour/sbpjour2020/paper/viewFile/2875/1283>>. Acesso em: 05 de jul. de 2021.

FANTE, Alexandra; RINGEL, Fernando. Jornalismo, podcast e as arquiteturas da notícia. In: 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, dez. de 2020. **Anais eletrônicos...** Bahia: UFBA, 2020. Disponível em: <[https://portalintercom.org.br/anais/nacional2020/listatrabarea\\_GPs.htm](https://portalintercom.org.br/anais/nacional2020/listatrabarea_GPs.htm)>. Acesso em: 05 de jul. de 2021.

FRANÇA, V.V. O objeto da pesquisa em comunicação: uma abordagem relacional. p. 153-174. In: MOURA, C. P. de.; LOPES, M. I. V. de. **Pesquisa em comunicação**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2016.

GUIMARÃES, Rackel Cardoso Santos. Narrativas transmídiaicas no telejornalismo e o aumento do consumo de podcasts durante o isolamento social. In: 18º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, nov. de 2020. **Anais eletrônicos...** Brasília: UnB, 2020. Disponível em: <<http://sbpjour.org.br/congresso/index.php/sbpjour/sbpjour2020/paper/viewFile/2874/1284>>. Acesso em: 05 de jul. de 2021.

KISCHINHEVSKY, Marcelo *et al.* Investigando a inserção dos estudos radiofônicos e de mídia sonora na pós-graduação em Comunicação no Brasil. In: 43º Congresso Brasileiro de Ciências

---

da Comunicação, dez. de 2020. **Anais eletrônicos...** Bahia: UFBA, 2020. Disponível em: <[https://portalintercom.org.br/anais/nacional2020/listatrabarea\\_GPs.htm](https://portalintercom.org.br/anais/nacional2020/listatrabarea_GPs.htm)>. Acesso em: 05 de jul. de 2021.

KISCHINHEVSKY, Marcelo; LOPEZ, Debora Cristina; BENZECRY, Lena. Podcasting tensiona categorizações e ganha, enfim, destaque como objeto de estudos. **Radiofonias** — Revista de Estudos em Mídia Sonora, Mariana, v. 11, n. 01, p. 06 - 12, jan./abr. 2020. Disponível em: < <https://periodicos.ufop.br/radiofonias/article/view/4333>>. Acesso em: 06 de jul. de 2021.

LISTEN NOTES. Podcast Stats: How many podcasts are there? Atualizado diariamente. 2021. Disponível em: <<https://www.listennotes.com/podcast-stats/>>. Acesso em: 06 de jun. de 2021.

MARQUES, Ângela. Comunicação, estética e política: a partilha do sensível promovida pelo dissenso, pela resistência e pela comunidade. **Revista Galáxia**, São Paulo, n. 22, p. 25-39, dez. 2011.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações: Comunicação, cultura e hegemonia**. 6. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.

PADILHA, Luis David Falcão. As características sonoras do Podcast O Assunto frente à estética radiofônica. In: 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, dez. de 2020. **Anais eletrônicos...** Bahia: Universidade Federal da Bahia, 2020. Disponível em: <[https://portalintercom.org.br/anais/nacional2020/listatrabarea\\_GPs.htm](https://portalintercom.org.br/anais/nacional2020/listatrabarea_GPs.htm)>. Acesso em: 05 de jul. de 2021.

PARRET, Herman. **A estética da comunicação: além da pragmática**. Campinas: Editora Unicamp, 1997.

RANCIÈRE, Jacques. **A partilha do sensível: Estética e política**. São Paulo: EXO experimental org.; Editora 34, 2009.

RANCIÈRE, Jacques. **O espectador emancipado**. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2014.

RICOEUR, Paul. **Do Texto à Ação**. Ensaios de Hermenêutica II. Porto: Rés-Editora, Coleção DIAGONAL, dirigido por Antônio M. Magalhães, 1989, p.109-124.

RICOEUR, Paul. **Percursos do Reconhecimento**. São Paulo: Edições Loyola, 2006.

SILVA, Ellis Regina Araújo da. A Abordagem dos Podcasts Sobre Yôga e Meditação em Tempos de Pandemia. In: 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, dez. de 2020. **Anais eletrônicos...** Bahia: UFBA, 2020. Disponível em: <[https://portalintercom.org.br/anais/nacional2020/listatrabarea\\_GPs.htm](https://portalintercom.org.br/anais/nacional2020/listatrabarea_GPs.htm)>. Acesso em: 05 de jul. de 2021.

STRICKLAND, Bronson K.; BROOKE, Jarred M.; ZISCHKE, Mitchell T.; LASHLEY, Marcus A. Podcasting as a tool to take conservation education online. In: **Ecology and Evolution**, vol. 11, n. 8, p. 3597-3606, 2021. DOI: 10.1002/ece3.7353

SODRÉ, Muniz. **As estratégias sensíveis: afeto, mídia e política**. 2. ed. Rio de Janeiro: Mauad X, 2016.