

O som das mulheres negras: ecos antirracistas no podcast Afetos¹

Gabriel Alves Luz²

Igor Alves Dutra³

Priscila Ribeiro Chequer Luz⁴

Universidade Estadual de Santa Cruz — UESC, Ilhéus, BA

RESUMO

Nos últimos anos, os investimentos no mercado do podcast impulsionaram as possibilidades que o som pode gerar para produtores de conteúdo de internet, principalmente no Brasil. As plataformas de materiais audiofônicos se multiplicaram, possibilitando a circulação de conteúdos mais diversificados. Nesse contexto, o presente ensaio busca discutir a linguagem e o formato do *podcast* Afetos, bem como o seu papel na educação antirracista e a sua influência na geração de futuras produtoras negras. Para isso, utilizaremos como base para discussão teórica: Almeida (2018); Gonzalez (1984); Kilomba (2016); Lorde (2019).

PALAVRAS-CHAVE: educação antirracista; formato; linguagem; podcast; produtoras negras.

INTRODUÇÃO

“A gente não nasce negro, a gente se torna negro. É uma conquista dura, cruel e que se desenvolve pela vida da gente afora.” (Lélia Gonzalez)

O *podcast* é um formato de conteúdo em áudio, que teve o seu auge no início de 2004, a partir da popularização dos aparelhos de áudio, mais especificamente do *Ipod*. As novas maneiras de consumir áudio geraram impactos na indústria cultural, ocasionando um crescimento significativo na produção de conteúdos amadores, inspirados em programas de rádio e elaborados por pessoas que estavam dispostas a ingressar no mundo audiofônico online. Desde a sua criação, o *podcast* teve quedas em sua popularidade, contudo, sempre mantendo

¹ Trabalho apresentado no IJ08 – Estudos Interdisciplinares da Comunicação, da Intercom Júnior – XVII Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Comunicação Social - Rádio e Tv da Universidade Estadual de Santa Cruz – UESC, e-mail: gabealvesluz@gmail.com.

³ Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Comunicação Social - Rádio e Tv da Universidade Estadual de Santa Cruz – UESC, e-mail: iggordutra@gmail.com.

⁴ Professora do Curso de Comunicação Social - Rádio, Tv e Internet da Universidade Estadual de Santa Cruz – UESC, e-mail: prcluz@uesc.br.

sua presença na indústria de produtos sonoros. Entre os anos de 2019 e 2020 observa-se uma grande reviravolta nesse mercado com investimento massivo das plataformas de streaming, entre elas o Spotify. Ao abordar a presença do *podcast* no Brasil, a pesquisa do Ibope de 2019 aponta que 4 em cada 10 (40%) dos usuários da internet já ouviram *podcasts* no seu cotidiano, situando o brasileiro como o maior consumidor desse formato, ficando atrás somente dos Estados Unidos.

A partir dessas questões de popularidade, pode-se afirmar que o *podcast* está novamente em seu apogeu. Acredita-se que o formato vivencia a sua segunda onda de grande notoriedade, e isso torna a sua presença nas plataformas digitais, cada vez mais frequente. Neste espectro, nota-se que as/os brasileiras/os estão consumindo cada vez mais uma diversidade de conteúdos na internet. No entanto, também é evidente que a grande parcela de produtores de conteúdo audiovisual no Brasil continua sendo a população branca, a maioria pertencente à classe A. Dessa maneira, é importante destacar, que, segundo a PNAD Contínua de 2016, 54% da população brasileira é negra, mas, ainda assim, a representatividade nos espaços de cultura e entretenimento continua nas mãos dos homens cis⁵ brancos, que são a maioria entre os diretores (75,4%), produtores (59,9%) e também no elenco. Segundo um estudo da Ancine de 2016, mulheres negras não aparecem como diretoras, tampouco roteiristas, mas aparecem apenas na produção-executiva, ao lado de mulheres brancas ou equipes misturadas, totalizando um percentual de 1% a 3%.

Tal exclusão nos espaços audiovisuais corrobora para que mulheres pretas construam os seus próprios conteúdos na internet e desenvolvam os seus espaços de enunciação e circulação. Porém, esses espaços podem ser bastante hostilizados, visto que elas continuam sendo o principal alvo de comentários depreciativos nas redes sociais, conforme uma pesquisa do sociólogo Luís Trindade (2018), chamada *Social Media in Brazil: Distilling Racism Against Black Women*⁶. A pesquisa constata que 65% dos usuários que destilam ódio e racismo na internet são homens entre 20 e 25 anos, ao tempo em que as vítimas desses ataques (81%), são mulheres negras entre 20 e 35 anos.

Embora seja uma constante os ataques contra mulheres negras, essas violências não as impedem de construir conteúdos audiovisuais na internet. O *podcast*, em especial, é um dos espaços que vêm sendo bastante ocupado por essas mulheres, que emergem para contar as suas

⁵ Vem da palavra cisgênero, que significa o indivíduo que se identifica com o sexo biológico com o qual nasceu. Serve também como crítica ao sistema hegemônico de normatização da heterossexualidade masculina e compulsória.

⁶ Redes Sociais no Brasil: Destilando racismo contra mulheres negras

histórias e nadar contra a maré da hegemonia brancocêntrica e masculinista dos veículos de informação, que se tornaram extremamente importantes para impulsionar vozes negras.

Neste ensaio, nos propusemos a analisar o *podcast* Afetos, veiculado nas plataformas de streaming online, a partir da exploração da sua linguagem independente e do seu formato em veículos audiofônicos. Além disso, a nossa proposta é questionar e refletir sobre as oportunidades que o *podcast* pode gerar às mulheres negras que desejam produzir conteúdos para internet e de que maneira as experiências pessoais das produtoras do Afetos, Gabi Oliveira e Karina Vieira contribuem para a construção de uma educação antirracista.

A NOVA ASCENSÃO DO *PODCAST*

Para iniciar esta análise, partimos da concepção de *podcast* enquanto uma mídia sonora que se origina e se desenvolve no contexto de hibridização dos meios de comunicação e convergência midiática. Deste modo, podemos caracterizá-lo como uma nova mídia, que possui particularidades distintas das mídias tradicionais, mas que se apropria de recursos, linguagens e técnicas de produção que são comuns aos meios de comunicação de massa, principalmente no rádio. De acordo com Jenkins (2009), na cultura da convergência, o consumidor de conteúdo não concentra mais o seu consumo nas mídias tradicionais, como ocorria antigamente. Nesse novo espaço, propiciado pelos avanços tecnológicos na comunicação, o espectador busca novas experiências comunicacionais, não sendo apenas um agente passivo no processo, mas construindo possibilidades de produção e disseminação de novas narrativas.

Conforme Machado (2019), a variedade de conteúdo dos *podcasts* é essencial para sua manutenção, justamente por se tratar de uma mídia de audiência específica, ávida por conteúdos que, em sua grande maioria, não possui espaço para discussão nas mídias hegemônicas. Segundo a Podpesquisa de 2018, o aspecto mais relevante para 94,2% dos ouvintes entrevistados é o conteúdo. Além disso, os produtores não precisam se prender a aspectos generalistas tanto em relação aos modos de produção quanto ao conteúdo.

Sem a necessidade de altos investimentos e grande aparato técnico para produzir, o *podcast* permite a descentralização das produções, abrindo espaço para uma maior pluralidade de vozes e diversidade de conteúdo. Mas, é imprescindível não se iludir com as armadilhas de algumas mídias ditas enquanto alternativas. É primordial destacar, que, apesar do grande número de diversidade de conteúdos nos podcasts atuais, uma grande parcela das plataformas

que veiculam esses materiais é chefiada por homens brancos. O *Spotify*, por exemplo, é comandado por Daniel Ek, já o *Deezer* por Hans Holger, o *Anchor* por Michael Mignano e o *Google (Google Cast)* por Sundar Pichai - o único homem não branco. Essas lideranças só comprovam o quanto o mundo ainda é masculinista e normativo. Assim, a necessidade de se construir pontes para a diversidade é uma importante manifestação política que a sociedade precisa exigir em todos os meios de comunicação social e estrutural. Segundo Sílvia Almeida (2018):

Assim como o privilégio faz de alguém branco, são as desvantagens sociais e as circunstâncias histórico-culturais, e não somente a cor da pele, que fazem de alguém negro. A cor da pele ou práticas culturais são apenas dispositivos materiais de classificação racial que fazem incidir o mecanismo de distribuição de privilégio e de desvantagens políticas, econômicas e afetivas. (ALMEIDA, 2018, p.60).

Uma pesquisa criada pela jurista norte-americana Joan C. Williams, chamada *The 5 Biases Pushing Women Out of STEM*⁷, constatou que 77% das mulheres negras que trabalham em empresas de alta tecnologia precisam se esforçar excessivamente para terem as suas competências aprovadas, muito mais, inclusive, do que os seus pares. Na pesquisa de 2018 do IBGE, a população negra somava 29,9% dos cargos de gerência. Já em 2019, esse número caiu para 29,5%. Quando se trata de mulheres brancas, os números correspondem a 66,9% de cargos gerenciais e as mulheres negras, 31%. Apesar de serem maioria na população, mulheres negras ocupam apenas 0,4% dos altos cargos executivos das 500 maiores empresas do país. Segundo o Instituto Ethos de 2015, o percentual aumenta para 13,6% quando se trata de mulheres de todas as cores.

Constata-se, então, que as instituições persistem em excluir e secundarizar mulheres negras, as pressões da estrutura social são tão cruéis que a condição de subalternidade é naturalizada por muitas empresas. Desse modo, o não lugar da mulher negra se estabelece como um espaço reservado ao desamor, construído para a servidão, nos moldes atualizados da escravidão moderna. Almeida (2018) aponta como racismo institucional:

[...] o domínio se dá com estabelecimento de parâmetros discriminatórios baseados na raça, que servem para manter a hegemonia do grupo racial no poder.[...] assim o domínio de homens brancos em instituições públicas [...] e instituições privadas - por exemplo, diretoria de empresa - depende, em primeiro lugar, da existência de regras e padrões que direta ou indiretamente dificultem a ascensão de negros e/ou mulheres, e segundo lugar, da inexistência de espaços que que se discuta a desigualdade racial e de gênero,

⁷ Os 5 preconceitos que empurram mulheres para fora da Ciência, Tecnologia, Engenharia e Matemática (STEM)

naturalizando, assim, o domínio do grupo formado por homens brancos. (ALMEIDA, 2019, p.31).

A dominação masculina também faz parte da hegemonia do poder. Não por acaso, a maioria das empresas são geridas por homens. Conforme a Podpesquisa, 87,1% dos produtores de *podcast* e 84,1% dos ouvintes são homens, e 11,9% das produtoras e 15,3% dos ouvintes são mulheres. Outros gêneros ocupam 0,6% e 1%, respectivamente. É exatamente por isso que afirmamos: falar sobre as fissuras dos *cis*(tema) hegemônico, é falar sobre novas caras, novas narrativas e novas histórias. É, por conta disso, que, ao discutir sobre o crescimento de mulheres negras no espaço do *podcast*, narrando suas experiências e dialogando com outras mulheres, vemos emergir novas possibilidades de demonstrar a força desse movimento que vem crescendo nos últimos anos.

A IMPORTÂNCIA DA INFLUÊNCIA NEGRA

A existência de um racismo estrutural no Brasil ainda é uma discussão a ser ampliada entre as mais diversas esferas sociais, ora pela falta de debate público sobre o assunto, ora pela dificuldade dos diversos setores da sociedade em reconhecer e admitir os seus preconceitos, que influenciam tanto as relações interpessoais, quanto as institucionais. A dinâmica dos meios de comunicação tem papel determinante na organização social, podendo influenciar profundamente os âmbitos políticos e econômicos do sistema capitalista. Os grandes conglomerados midiáticos têm o poder de atuar na construção do inconsciente coletivo, perpetuando estereótipos e construindo imaginários através de representações que desumanizam a população negra. A grande mídia delimita o lugar da ridicularização para esses corpos, priorizando a minoria branca do país. Tais práticas só evidenciam como a contratação de profissionais negras/os também é arquitetada para manter a exclusão. A mídia não é a única responsável pela reafirmação do racismo na sociedade, mas o seu papel tem sido fundamental na reprodução das tensões raciais no Brasil. Almeida (2018) afirma que:

O racismo constitui todo um complexo imaginário social que a todo momento é reforçado pelos meios de comunicação, pela indústria cultural e pelo sistema educacional. Após anos vendo telenovelas brasileiras, um indivíduo vai acabar se convencendo de que mulheres negras têm uma vocação natural para o trabalho doméstico, que a personalidade de homens negros oscila invariavelmente entre criminosos e pessoas profundamente ingênuas, ou que homens brancos sempre têm personalidades complexas e são líderes natos, meticolosos e racionais em suas ações. (ALMEIDA, 2018, p.51).

Os movimentos negros consideram a necessidade de promover a visibilidade e a participação do povo negro na mídia como sendo um ponto crucial de suas lutas. Não se trata

apenas do campo da representação, mas, também, do que se encontra por “trás” do que geralmente é visto: a produção e direção de novas narrativas. É através dos veículos de comunicação chamados “alternativos”, que muitas/os produtoras/es negras/os encontram a possibilidade de contar suas próprias histórias e de influenciar toda uma comunidade. Muitas dessas plataformas, como é o caso da mídia *podcast*, são, hoje, os principais meios de empoderamento e protagonismo negro, no sentido de construir plataformas com pautas focadas na vivência dessa população. A existência de uma mídia alternativa como espaço para produções independentes, fortalece o debate público através da informação e da influência que vem de diferentes perspectivas da dita margem social.

Como forma de acompanhar esse crescimento e reverberar novos discursos na mídia, criadoras/es negras/os de conteúdos têm amplificado a voz da comunidade com pautas sobre temas diversos em seus *podcasts*. A maioria dessas produções seguem o formato de conversa e mesa redonda, promovendo debates, reflexões sobre subjetividades, vivências, representatividades, dentre outras questões. São programas que abordam tanto questões envoltas à afetividade, informação, maternidade, paternidade, arte e cultura, quanto à alimentação saudável e saúde mental. Muitas/os *podcasters*⁸ pretas/os buscam desenvolver conteúdos autorais, justamente por conta da falta de representatividade na *podosfera*⁹ brasileira, que habituou os ouvintes a normalizarem a ausência de pessoas negras falando em primeira pessoa, o que impulsionou inúmeras/os produtoras/os de conteúdo a buscar se instrumentalizar para garantir uma alternativa a quem deseje materiais mais populares e menos branqueados.

A população negra carece de meios de comunicação que os representem de maneira justa, longe dos estereótipos e equivalentes às suas realidades, que visem dedicar atenção às nuances de suas vidas, sem circundar os simplismos que acompanham as representações inferiorizantes perpetuadas há séculos pela mídia. Os meios de comunicação são partes essenciais na organização social, e podem influenciar na construção de pensamentos e nas tomadas de decisão dos indivíduos. Por conta disso, é necessário que a desconstrução de padrões midiáticos racistas seja feita com apoio e atuação das mídias, tendo em vista que é de suma importância que os grupos marginalizados e majoritários, numericamente falando, estejam bem representados, com o intuito de romper com as imagens de medo, violência e insegurança comumente associadas às suas identidades. Portanto, é necessário que essa

⁸ É a maneira com que comumente são chamadas/os as/os produtoras/es ou ouvintes de *podcast* no Brasil.

⁹ É uma espécie de conjunto/coletivo, ou espaço em que *podcasts* são reunidos na internet.

população ocupe a esfera pública e debata as suas necessidades pela garantia dos direitos de todas/os. Não obstante, Almeida (2018) também enfatiza que:

[...] por mais importante que seja, a representatividade de minorias em empresas privadas, partidos políticos, instituições governamentais não é, nem de longe, o sinal de que o racismo e/ou o sexismo estão sendo ou foram eliminados. Na melhor das hipóteses, significa que a luta antirracista e antissexista está produzindo resultados no plano concreto, e na pior, que a discriminação está tomando novas formas. A representatividade, insistimos, não é necessariamente uma reconfiguração das relações de poder que mantém a desigualdade. A representatividade é sempre institucional e não estrutural, de tal sorte que quando exercida por pessoas negras, por exemplo, não significa que os negros estejam no poder. (ALMEIDA, 2018, p.86).

Nesta perspectiva, uma alternativa plausível para reconstruir os imaginários estigmatizantes depositados à comunidade negra tem sido a busca pela desconstrução do racismo enraizado no pensamento e na ordem social. Homens e mulheres negras vêm se articulando para ocupar espaços de fala institucionalizados, com a intenção de promover diferenças e contribuir para a divulgação de representações coerentes pela mídia. Almeida (2018) nos convida para refletir sobre o lugar da *representação*:

[...] mesmo havendo o compromisso político do representante com o grupo racial ou sexual ao qual pertença, isso não implica que ele terá o poder necessário para alterar as estruturas políticas e econômicas que se servem do racismo e do sexismo para reproduzir as desigualdades. (ALMEIDA, 2018, p.87).

É, por esse viés, que se faz imprescindível reconhecer a relevância e a atual ampliação do debate racial, que se encontra em constante crescimento. Os corpos negros e a identidade negra, gradativamente, vêm sendo reconhecidos e legitimados socialmente, e os seus interesses caminham para um protagonismo que pode ser fixado na História. Refletir acerca das produções atuais, estejam elas relacionadas à literatura, arte, moda, música ou aos conteúdos produzidos por grandes veículos de massa e *web*, é essencial para a valorização da cultura negra. Pensar narrativas disruptivas, capazes de refutar o protagonismo, que até então é usurpado em nome de uma representação homogênea, perpassa não só por uma demanda de diversidade estética ou representação de uma causa, mas, sobretudo, por uma reconfiguração das imagens de controle presentes no imaginário social, que vê a/o negra/o como antagonista.

Ressignificar esses lugares é contrapor a tecnologia racial, que fabrica grupos subalternizados para efetivar seus exercícios de soberania. Descentralizar o protagonismo branco, em qualquer que seja o segmento, é, de certo modo, desdemonizar as atividades sociais

de negras e negros. Tratam-se de avanços que intentam erradicar a dinâmica de higienização social, pois, ainda assim, os discursos antirracistas não deixam de ser partilhados entre as influências negras que se contrapõem às ideologias sectaristas.

AFETOS: LINGUAGENS E FORMATOS

O *podcast*, gradativamente, se consolida como um grande componente nos mais diversos espaços. O que, no início, funcionava unicamente para distribuição de músicas, se tornou num grande meio de divulgação de formatos sonoros, para diferentes públicos. Ainda com base na Podpesquisa, elencamos as cinco principais categorias e formatos de podcasts no Brasil. São elas: Cinema, séries e cultura pop (20.9%), Esportes e recreação (10.1%), Comportamento (9.5%), Notícias/Política (7.6%) e Games (6.9%). Já os formatos selecionados foram: Bate-papo (55.3%), Debate (9.7%), Documentário/Jornalismo (5.5%), Entrevistas (7.8%) e Jogos/Game Show (0.6%).

Esses formatos são semelhantes a alguns gêneros radiofônicos, conceituados por Vicente (2016). A exemplo, temos o gênero jornalístico/informativo, que tem a função de levar informação para o ouvinte de maneira atualizada e concisa. O seu formato de entrevista, se caracteriza pela presença de convidados, objetividade e produção de perguntas pelo próprio repórter. Em relação ao gênero educativo/cultural, é bastante utilizado como forma de viabilizar a transmissão de conteúdos culturais do país, e um dos seus principais formatos é o temático, que consiste, basicamente, na produção de um programa em torno de um tema escolhido pelo próprio locutor/apresentador, sem a necessidade de uma linha editorial. Esses gêneros e formatos foram transformados em novas categorias híbridas, no que diz respeito à grande lista de conteúdos produzidos por *podcasters*. Um exemplo é o *Nerdcast*. Criado em 2006, ele se tornou um formato bastante seguido e, por conta disso, muitos produtores vêm utilizando esse programa como base para construir seus conteúdos. O programa consiste em um bate-papo com temas específicos, os *podcasters* se aprofundam em um tema e normalmente a duração passa de uma hora.

Outro programa, que também se utiliza desse mesmo formato temático, é o nosso objeto de estudo: o *podcast* Afetos, que, na verdade, se enquadra como um mesacast. Ele se assemelha à mesa redonda de um programa de rádio, com apresentadores e convidados discutindo diversos temas a partir das suas personalidades, normalmente seguindo uma linha cronológica

do tema, sem contar com a inserção de entrevistas ou *offs*¹⁰. Criado em fevereiro de 2019 pelas comunicadoras pretas Gabi Oliveira e Karina Vieira, *Afetos* fala sobre questões que as afetam, tanto no âmbito social, quanto no âmbito emocional. Além disso, oportunizar a aproximação entre pessoas para compartilhar experiências aparece como uma possibilidade de conexão e sensibilização das suas narrativas. Os 5 primeiros episódios abordam a questão dos sentimentos, a partir de problemáticas voltadas às suas subjetividades e movimentações no mundo. As principais redes sociais do podcast são o *Instagram*¹¹ (+ 17 mil seguidores/as), *Telegram* e *Twitter*.

O programa está disponível todas as sextas, antes do meio-dia, no *Anchor*, *Apple Podcasts*, *Google Podcasts*, *Overcast*, *Pocket Casts*, *PodBean*, *Spotify* e *Orelo*, sendo que esse último é o único que monetiza o material produzido pelas *podcasters*. É possível utilizar o serviço de *streaming* de forma gratuita, mas, também existe a opção de assinatura mensal, para que a/o ouvinte possa ter acesso total ao catálogo de *podcasts* da plataforma. O *Afetos* tem, hoje, um total de 75 episódios. Ao ouvir as temáticas abordadas em cada episódio é possível perceber que o público-alvo das comunicadoras são mulheres negras, uma vez que a maioria das questões perpassam pelas suas trajetórias, e grande parte dos conteúdos apresentam abordagens e questionamentos sociorraciais. No entanto, isso não significa que o programa seja destinado exclusivamente a essas mulheres, pois é de extrema importância que homens brancos e negros e mulheres brancas consumam o conteúdo do *Afetos*, para que o debate possa ser ampliado entre os mais diversos grupos que compõem a sociedade, e as vozes das comunicadoras possam ser ouvidas por todas e todos.

Em uma palestra online concedida para o canal do *Youtube* do *TEDx Talks*, as duas locutoras do *Afetos* falaram sobre o que as motivaram a criar o *podcast*. Gabi Oliveira explicou que:

O que nos motivou a começar foi o fato de nós acreditarmos que quando falamos sobre as nossas subjetividades de forma pública, sobre as nossas fragilidades, fortalezas e processo de autoconhecimento, autorizamos mais e mais mulheres a se verem como sujeitas de suas próprias histórias. (Gabi Oliveira em palestra no *TEDx Talks*, 2020).

Na mesma entrevista, Gabi Oliveira também mencionou que muitas mulheres mandaram mensagens dizendo o quanto se identificaram com o *podcast* e como isso as ajudou

¹⁰ É a narração corrente do texto jornalístico.

¹¹ Instagram oficial do *Afetos*: @afetospodcast

a enfrentar a síndrome da impostora¹². As ouvintes do podcast relataram nas redes sociais das comunicadoras o quanto os episódios foram e são importantes para as suas auto percepções a respeito de sentimentos e medos. Os episódios iniciais do Afetos falam sobre insegurança, felicidade, raiva, medo e amor; aspectos e sensações que todo ser humano possui, porém, muitas vezes se nega a aceitar e compreender, deixando de lado o cuidado para consigo ou até mesmo inserindo esses sentimentos no campo do silenciamento.

Ao realizar um recorte de gênero e raça, Bell Hooks (1993, p. 236, tradução nossa)¹³ afirma que "para mulheres negras acostumadas a sempre estar no controle, pedir ajuda pode ser uma prática amorosa de rendição, lembrando-nos que não temos de estar sempre no comando". Com essas palavras, Hooks (1993) aborda um fato muito comum na vida dessas mulheres, que acabam se autossabotando e negligenciando a saúde mental por conta de toda uma estrutura machista, que ignora as suas demandas, não propõe políticas públicas de saúde, além de não se dispor a rever seus privilégios, marcados pelo falocentrismo e a misoginia. O que cabe às mulheres, sobretudo negras, é derrubar as barreiras que lhes são apresentadas, com o objetivo de garantir a si mesmas uma melhor qualidade de vida.

A maneira com a qual o programa trabalha a veiculação de narrativas pretas possibilita a quebra da normatização da informação em veículos audiofônicos, além de trazer mulheres unidas em um ambiente independente. Nesta coordenada, tal ação possibilita a reverberação de outras vozes, que podem, também, iniciar o processo de auto reconhecimento e valorização das suas próprias identidades. E, assim, através das suas trajetórias, as violências estruturais passam a ser combatidas por um viés coletivo. O corpo marcado enquanto objeto se posiciona, então, contra a hegemonia do poder, sugerindo novas perspectivas de comunicação vinculadas a uma educação antirracista. Situamos, assim, a experiência e a movimentação de mulheres que, programaticamente, foram desprezadas, e hoje falam da dor e da coragem. E como já diria Lélia Gonzalez (1985, p. 225), "o lixo vai falar, e numa boa".

EDUCAÇÃO ANTIRRACISTA PARA *PODCASTERS*

O racismo e os seus preconceitos cotidianos, assim como as estruturas de poder, não podem ser escamoteados ou paralisados pela sociedade. Hoje, é mais simples reconhecer quais

¹² É uma experiência individual, baseada em uma autopercepção de falsidade intelectual, ou seja, de ser uma fraude. A pessoa acredita que não é tão capacitada e subestima as próprias habilidades.

¹³ "For black women who are addicted to being controlling, asking for help can be a loving practice of surrender, reminding us that we do not always have to be in charge."

são as desvantagens de se viver num mundo racista. Mais simples ainda, é identificar qual a cor da “vantagem”. Diria: privilégio branco. Quando retornamos ao rádio da década de 1930, vemos um meio de comunicação elitista, exclusivamente voltado à manutenção de um regime político ditatorial, baseado numa ideologia definida como serviço de interesse nacional. A política de Getúlio Vargas se justificava pela valorização do bem-estar social, nos moldes do conservadorismo, bastante fundamentado por ideais nazistas, que primavam pelo nacionalismo e a exaltação das músicas eruditas estrangeiras, principalmente aquelas advindas dos Estados Unidos da América (EUA). Tais influências, inclusive, que perduram até os dias atuais, principalmente quando se trata da desvalorização do nosso país, da nossa cultura e do processo de miscigenação, que ocasionou uma mistura de povos africanos, indígenas e europeus. Nesse sentido, a hegemonia branca e patriarcal do povo europeu ainda reflete muito na sociedade contemporânea, e, como consequência, temos a representação branca ainda como majoritária nos espaços de poder.

Falar sobre espaços comunicacionais contra hegemônicos implica, necessariamente, em falar sobre uma educação antirracista. É imprescindível a reflexão crítica sobre o fato de que a nossa comunicação está nas mãos das famílias brancas desde 1935. E, embora tenha ocorrido integração entre povos, o poder ainda é racista. Não estamos distantes dessa realidade. A nossa comunicação ainda está limitada à classe média alta, mais especificamente da branquitude, que sempre se posicionou à frente dos demais, como detentora do conhecimento, ditando o que iríamos ouvir ou assistir. Felizmente, essa mesma elite não esperava que o avanço tecnológico e as políticas afirmativas contribuíssem com o alavancar de potências pretas numa diversidade de espaços comunicacionais. Apesar do pequeno número de profissionais negras e negros, é notável que o movimento acaba ocasionando grandes quebras nas estruturas de opressão. Para Grada Kilomba (2010):

O medo branco de ouvir o que poderia ser revelado pelo sujeito Negro pode ser articulado com a noção de repressão de Sigmund Freud, uma vez que a “essência da repressão”, escreve ele: “encontra-se simplesmente em afastar algo e mantê-lo à distância do consciente”. (Freud 1923, p. 17). Este é aquele processo pelo qual as ideias desagradáveis – e verdades desagradáveis – tornam-se inconscientes, vão para fora da consciência devido à extrema ansiedade, culpa ou vergonha que causam (KILOMBA, 2010, p.177).

O grande medo da branquitude é ser responsabilizada pelo racismo estrutural e institucional. Mulheres negras com ideias, opiniões e vozes independentes nos apontam para as dissidências ocasionadas pela diferença. Por isso, elas são, quase sempre, lidas como grandes ameaças às instituições racistas, e preocupam indivíduos que desejam manter a ordem do dia

ainda mais branca. Essa mesma ordem do dia, inclusive, em que as mesmas mulheres negras são preteridas, ou sequer são consideradas mulheres, justamente por serem vistas como o corpo do trabalho, seja ele sexual ou braçal. Portanto, construir um *podcast* sobre re-existências, é reverter a lógica da erotização e do lugar da cozinha. É gritar sem medo de errar, sem medo de arriscar. É impulsionar as mulheres que ainda não tiveram a oportunidade de saberem quem são, bem como de valorizar seus lugares de fala e escuta, para, então, apoiar outras mulheres privilegiadas ou marginalizadas.

A marginalização social já não é mais um lugar de vergonha. É um lugar de materialização de sonhos, em que a concentração de dores e anseios interseccionalizados pela raça, gênero, classe, sexualidade etc. dialogam entre si para difundir novas manifestações de resistência aos que se opõem à produção cultural e patrimonial das afro-brasileiras, especialmente as comunicadoras pretas. Audre Lorde (2019) afirma, como mulher negra, que:

Podemos aprender a agir e falar quando temos medo da mesma maneira como aprendemos a agir e falar quando estamos cansadas. Fomos socializadas a respeitar mais o medo do que nossas necessidades de linguagem e significação, e enquanto esperarmos em silêncio pelo luxo supremo do destemor, o peso desse silêncio nos sufocará. O fato de estarmos aqui e de eu falar essas palavras é uma tentativa de quebrar o silêncio e de atenuar algumas das diferenças entre nós, pois não são elas que nos imobilizam, mas sim o silêncio. E há muitos silêncios a serem quebrados (LORDE, 2019, p.53).

Nesse contexto, a voz da experiência negra determina um novo ciclo de vicissitudes, já que não há mais espaço para a narrativa branca em um país racializado. Quando Gabriela Oliveira e Karina Vieira expõem o que pensam, sentem e refletem, no Afetos, elas também estão denunciando o que é ser mulher, *podcaster* e comunicadora no Brasil, possuindo um corpo feminino preto. Essa é uma dentre inúmeras formas de reeducar mentes e comportamentos discriminatórios e desumanizantes. É dessa circunstância que uma educação antirracista ganha sustentáculo: a partir do momento em que o indivíduo cria novas perspectivas sobre determinado assunto/tema, a história única se vê afogada em suas limitações. Ademais, ao trazer a discussão com o objetivo de quebrar muros e construir pontes, a educação antirracista permite que haja uma maior visibilidade da diversidade brasileira, pois o antirracismo não é somente uma escolha subjetiva de uma determinada pauta sobre negritude, mas sim uma revisão da estrutura opressora do sistema capitalista contemporâneo, que pauta a invisibilização dos corpos dissidentes que não atendem ao ideal norte-americano ou euro centralizador.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Percebe-se, portanto, que o *podcast* é um grande veículo de impulsionamento de vozes, e, conseqüentemente, de futuras grandes figuras influentes. Entretanto, é importante afirmar que apesar das possibilidades de se construir *podcasts* independentes, a mídia hegemônica comunicacional continua sendo a proprietária dos espaços de poder, e, independente de quase sempre estar “camuflada” com opiniões que apoiam a diversidade, deve-se ter a noção de que seus donos, em maioria, são homens brancos cisheterossexuais. A grande mídia é, inegavelmente, um espaço político de reafirmação da identidade narcísica da branquitude, e essa é a condição dos veículos hegemônicos, sejam eles audiofônicos, radiofônicos ou televisivos. Ao *hackear* esses sistemas, mulheres negras se desdobram para fazer um trabalho de excelência, que seja visto, para além de um conteúdo a ser consumido, mas, também, com seriedade. Mulheres negras precisam se utilizar de estratégias muito específicas para atrair público e serem reconhecidas enquanto rentáveis, e essa é a condição do capital: cooptar discussões dos grupos marginalizados para satisfazer os interesses econômicos das grandes empresas de comunicação, no Brasil e no mundo.

Apesar da apropriação cultural de grandes empresas, mulheres negras também conseguem desenvolver trabalhos entre elas. O silenciamento epistêmico não tem poder suficiente para interromper o movimento que vem sendo feito por muitas mulheres nas plataformas digitais, onde utilizam linguagens escritas, sonoras ou até mesmo imagéticas. Suas discussões alcançam pessoas de muitos lugares e espectros sociais, e estar no lugar de produtora de conteúdo é garantir que as existências das narrativas negras possam ser consideradas e legitimadas, assim como os conteúdos de produtores brancos. Assim, adquirir visibilidade e representatividade em espaços por anos renegados pode ser lido como uma grande conquista para o grupo de mulheres negras, visto a importância de se reconhecer os esforços de cada produto e material sonoro produzido por elas, já que as mesmas foram habituadas a receber retornos de negação, principalmente quando se trata da desvalorização dos seus capitais intelectuais.

Além disso, as linguagens produzidas por mulheres negras também atualizam a própria dinâmica do *podcast*, pois tratam-se de mulheres vistas enquanto subalternizadas, criando espaços de circulação para conteúdos sobre as suas próprias idiossincrasias. A liberdade de falar, escolher a temática, ou até mesmo de definir o horário da postagem do programa é uma das inúmeras formas de discutir e reformular muitos padrões existentes nos grandes veículos

de streaming de *podcasts*. Os sons que as mulheres negras evocam e entoam nos remetem a passados que ainda permanecem presentes. Por conta disso, é fundamental utilizar as plataformas hegemônicas como estratégias político-educacionais que visem garantir a permanência e a presença de outras mulheres que intentem exercer a liberdade pelo viés da comunicação e produção de conteúdo.

Por fim, é primordial que a educação antirracista nos *podcasts* se apresente como uma grande agente de transformação, servindo como aliada para auxiliar e ampliar a discussão sobre direitos básicos, cidadania, bem-estar e inúmeros assuntos que também devem ser abordados de maneira temática pela grade de episódios dos *podcasts*. Somente assim, gradativamente, a sociedade conseguirá reconstruir os seus valores e morais, pois, ao retornar ao passado colonialista, que definiu que brancos, negros e índios vivem em perfeita harmonia racial, conseguimos encarar de frente o projeto político em vigor, que invisibiliza vozes negras em todas as esferas sociais e tecnológicas, mas que jamais irá conseguir apagar da História os movimentos que mulheres negras vêm construindo para a efetivação de um futuro com ecos de resistência e de valorização das suas narrativas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, S. **O que é racismo estrutural?** Belo Horizonte: Letramento, 2018. p. 31-87.

BLUBRRY. **Blubrry**, 2019. Podcast Stats Soundbite: Brasil Em Flor. Disponível em: <https://blubrry.com/podcast-insider/2019/02/01/podcast-stats-soundbite-brazil-bloom/>. Acesso em: 06 nov. 2020.

ESTATÍSTICAS SOCIAIS. **Agência de notícias IBGE**, 2017. População chega a 205,5 milhões, com menos brancos e mais pardos e pretos. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/18282-populacao-chega-a-205-5-milhoes-com-menos-brancos-e-mais-pardos-e-pretos>. Acesso em: 06 nov. 2020.

GONZALEZ, L. **Racismo e sexismo na cultura brasileira**. In: Revista Ciências Sociais Hoje, Anpocs, 1984, p. 223-244.

HOOKS, B. **Living to love**. Docero. [S.I.:s.n.], 1983. Disponível em: <https://docero.com.br/doc/n88x1ns>. Acesso em: 4 nov. 2020.

INTELIGÊNCIA. **Int-conteúdo**, 2019. 1/3 dos internautas brasileiros não sabem o que é podcast. Disponível em: <http://www.int-conteudo.com.br/noticias-e-pesquisas/13-dos-internautas-brasileiros-nao-sabem-o-que-e-podcast/>. Acesso em: 06 nov. 2020.

IZEL, A. Estudo mostra que negros são minoria no audiovisual brasileiro. **Correio Braziliense**, 2018. Disponível em: https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/diversao-e-arte/2018/02/21/interna_diversao_arte,661107/pesquisa-ancine.shtml. Acesso em: 06 nov. 2020.

JENKINS, H. **Cultura da convergência: a colisão entre os velhos e novos meios de comunicação**. Tradução de Susana Alexandria. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

LAVADO, T. Uso da internet no Brasil cresce, e 70% da população está conectada. **G1**, 2019. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2019/08/28/uso-da-internet-no-brasil-cresce-e-70percent-da-populacao-esta-conectada.ghtml>. Acesso em: 06 nov. 2020.

KILOMBA, G. A máscara, Capítulo 1: Memórias do Plantation: Episódios do Racismo Cotidiano, 2010. Tradução de Jéssica Oliveira de Jesus. **Cadernos de Literatura em Tradução - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas/USP**. São Paulo, Vol.1, número 16, p. 171-180, 2016.

LORDE, A. **Irmã outsider**. Tradução de Stephanie Borges. 1. ed. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2019. p. 53-54.

MACHADO, A. **O podcast como produto: um modelo para produção de podcasts a partir da análise do nerdcast em relação ao Não ouvo e mamilos**. - Caxias do sul -2019. Disponível em: <<https://repositorio.ucs.br/11338/5967>>. Acesso em: 2 nov. 2020.

NUNES, J. Discurso de ódio na internet tem mulheres negras como principal alvo. **Agência Brasil**, 2018. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/direitos-humanos/noticia/2018-08/discurso-de-odio-na-internet-tem-mulheres-negras-como-principal>. Acesso em: 07 nov. 2020.

PADIGLIONE, C. Mais de 75% dos filmes nacionais de 2016 foram dirigidos por homens, aponta estudo da Ancine. **Folha Uol**, 2018. Disponível em: <https://telepadi.folha.uol.com.br/mais-de-75-dos-filmes-nacionais-de-2016-foram-dirigidos-por-homens-aponta-estudo-da-ancine/>. Acesso em: 07 nov. 2020.

PODPESQUISA. **Abpod**, 2018. Podpesquisa. Disponível em: <https://abpod.org/podpesquisa/>. Acesso em: 04 nov. 2020.

TALKS, Tedx. Precisamos falar mais sobre afetos | Gabi Oliveira Karina Vieira | TEDxSaoPaulo. Youtube, 28 out. de 2020. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=ryUuVrCOeWs&t=28s>. Acesso em: 2 nov. 2020.

VICENTE, E. **Gêneros e formatos radiofônicos**. São Paulo: Núcleo de Comunicação e Educação, 2016. Disponível em: <<http://www.usp.br/nce/wcp/arq/textos/61.pdf>>. Acesso em: 2 nov. 2020.

WILLIAMS, J. The 5 Biases Pushing Women Out of STEM. **Harvard Business Review**, 2015. Disponível em: <https://hbr.org/2015/03/the-5-biases-pushing-women-out-of-stem>. Acesso em: 04 nov. 2020.