

Podcast: Espaço de Discussão Política¹

Edson Tavares COSTA²

Universidade Estadual da Paraíba

RESUMO

O *podcast*, como uma plataforma que herdou do rádio a possibilidade de granjear a atenção do ouvinte sem que este necessite voltar-se com exclusividade para ouvi-lo, vem se consolidando como um estratégico instrumento para conseguir a audiência do usuário, via *internet*. Por outro lado, “o ouvinte não é mais ‘refém’ da imposição das mídias tradicionais”, pois, “diferentemente da radiodifusão [...], o *podcast* é disponível a qualquer momento e a qualquer pessoa que assinou e baixou o arquivo” (LUIZ et al., 2010, p. 4). A segmentação de assuntos e estilos garante um direcionamento de público mais específico, não obstante a multiplicidade com que essas plataformas de áudio explodiram em todo o país. Quando se trata de assuntos relacionados ao cotidiano político do país, e dependendo de como esse tema é tratado pelos *podcasters*, a audiência pode ser algo respeitável, colocando esse meio de comunicação como mais uma forma de promoção da discussão política. O problema de pesquisa diz respeito à influência dessa ferramenta na visão que o ouvinte possa vir a ter do fenômeno político mais próximo de si, e, quiçá, ajudar de alguma forma na própria percepção do ouvinte/eleitor em relação ao tema. Nosso objetivo geral é a discussão, com os próprios *podcasters*, e à luz de certa literatura já existente sobre o assunto, dos prováveis efeitos das análises políticas feitas nos episódios de *podcasts* sobre seus ouvintes. Buscamos também discutir a diversidade de abordagens de assuntos ligados ao momento político atual, bem como apontar para a importância do *podcast* enquanto instrumento de conscientização nesse campo. A pesquisa se efetivou através da gravação, de forma remota, por videoconferência via plataforma *Google Meet*, de entrevistas com produtores de três *podcasts* que discutem política em seus episódios: “As Cunhãs”, de Fortaleza-CE, com Inês Aparecida, Kamila Fernandes e Hébelly Rebouças; “Papo Político”, de João Pessoa-PB, com Laerte Cerqueira, João Paulo Medeiros e Angélica Nunes; e “Prosa Nordestina”, de Salvador-

¹ Trabalho apresentado na DT 1 – Jornalismo do XXII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 18 a 20 de maio de 2022.

² Graduando do 8º período do curso de Jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba. E-mail: edson.costa@aluno.uepb.edu.br

BA, com Iuri Brito e Hadassa Freire; para a promoção de uma análise a respeito do papel desse instrumento na realidade político-eleitoral regional e nacional. A partir dessas entrevistas, foi elaborado um episódio de *podcast*, sendo pinçadas diversas falas dos *podcasters* entrevistados, a fim de sublinharem o tema desenvolvido no episódio. Promovendo uma breve revisão na literatura, é importante frisar que “a emissão neste novo suporte [nos primórdios de seu lançamento] permanecia privilégio das classes mais favorecidas – pois exigia equipamentos (computador com acesso à internet, nos tempos da conexão discada) e habilidades (na operação de softwares de edição e distribuição)” (KISCHINHEVSKY; LOPEZ; BENZECRY, 2020, p. 7). Entretanto, a disseminação das formas de acesso tem contribuído para que cada vez mais pessoas tenham acesso a essa mídia. Por outro lado, existe, atualmente, um movimento dos produtores na direção de considerar o *podcasting* cada vez menos distração, e ser encarado como um produto que requer investimento e mesmo que garanta uma remuneração aos seus realizadores. É o que se costuma chamar de segunda era. Bonini (2015, p. 15) chama a atenção para o fato de que “o *podcasting* entrou numa nova fase de sua evolução, em que começa a gerar um mercado não mais simplesmente complementar ao do rádio, mas um mercado alternativo, que caminha para a profissionalização da produção e a normalização do consumo”. Em função disso, vai-se criando um sedimentado mercado nesse ramo da comunicação, com perspectivas e objetivos bem definidos. Bonassoli (2014, p. 17) afirma que “a grande vantagem do *podcast* é o seu poder de alcance. O *podcast* é um produto barato e que pode impactar milhares de ouvintes”. Esse alcance revertido para a questão da discussão política é algo a se prestar atenção. Dias et al. (2020) chamam a atenção para o fato de que, até a década de 1940, o jornalismo era abertamente um instrumento político. Os jornais impressos representavam os interesses do governo ou de grupos políticos específicos, divulgando exaustiva e por vezes hiperbolicamente as ações de quem os patrocinava, e muitas vezes se digladiavam entre si, cada um defendendo seus próprios interesses. A partir dos anos 1950, e por influência da imprensa dos Estados Unidos da América, há uma mudança nos órgãos de imprensa brasileiros, que buscam se manter isentos e atentos apenas aos fatos – o posicionamento político faz-se cada vez mais discreto e dissimulado. No período pós-ditadura militar, a imprensa passou a exercer um papel garantidor da divulgação de temas muitas vezes inacessíveis (cf. MATOS, 2016, *apud* DIAS, et al., 2020, p. 5). Segundo os autores, “além de auxiliar na articulação de

debates e na discussão de assuntos controversos, acompanha de perto o desdobramento dos acontecimentos no âmbito federal, estadual e municipal, bem como a vida partidária e o trabalho dos corpos legislativos”, emprestando, assim, uma nova dinâmica ao papel social dessa imprensa. O Brasil atravessa um período particularmente complexo, em termos políticos, e nunca o debate político esteve tão efervescente no país – ainda que com uma qualidade por vezes duvidosa –, alçado a temperaturas altíssimas pelas possibilidades tecnológicas de rápida difusão da *internet* (principalmente as redes sociais). Naturalmente, a podosfera acabou se encaminhando por essa vereda, e foi surgindo considerável quantidade de *podcasts* especializados nesse tema, seja entrevistando, seja noticiando, seja opinando, seja ridicularizando – seja fazendo tudo isso junto. Notamos que essa multiplicidade de *podcasts* tratando sobre o fenômeno político pode representar avanços no processo democrático. Quanto mais instrumentos de conscientização popular forem colocados à disposição do público, que, em última instância, é quem define sua presença nos poderes Executivo e Legislativo, através da eleição de seus representantes, mais podemos ter esperança de atitudes eleitorais conscientes, que redundem em concretas mudanças na sociedade. Ainda existem fortes convicções políticas, religiosas ou plenamente fúteis em conflito, formando um “quadro polarizado sobre o qual se desenrola a cultura de ódio e assimetria deliberada na internet”, a dividir os sujeitos “que gravitam em torno delas em um sistema de discussão binário” (FREITAS e BOAVENTURA, 2018). Mas é urgente e fundamental que os *podcasts* que se propõem a propalar e discutir questões ligadas a esse tema possam, enfim, cumprir esse importante papel na solidificação de nossa tão abalada Democracia. A pandemia do novo coronavírus, obrigando o mundo a repensar seu posicionamento, em termos de contatos humanos, que, à força de milhares de mortes, fez com que o lar fosse o lugar teoricamente mais seguro, e o isolamento social a forma, a princípio, mais adequada para conter o avanço do vírus, a pandemia contribuiu para que a *internet* funcionasse como uma janela do mundo que estava, momentaneamente, vedado a nossa visita. Entre as diversas formas de informação contidas na rede mundial, o *podcast* representou uma opção interessante, pela sua própria estrutura sonora, acrescida da liberdade de acesso por parte do ouvinte, e do seu caráter de análise mais ou menos aprofundada dos fatos, uma vez que se trata mais de um repositório de conteúdo que uma transmissão simultânea aos acontecimentos. A discussão política é apenas um dos vários ramos presentes na

podosfera, e o momento político que atravessa o mundo, e especialmente o Brasil, fornece “pano pr’as mangas”, na elaboração dos episódios de *podcasts*.

PALAVRAS-CHAVE: Podcast; Política; Mídias sociais.

REFERÊNCIAS

BONASSOLI, Kell. Uma mão lava outra, duas mãos batem palmas. *In:* LUIZ, Lúcio (org.). **Reflexões sobre o podcast**. Nova Iguaçu-RJ: Marsupial, 2014, p. 15-22.

BONINI, Tiziano. A “segunda era” do podcasting: reenquadrando o podcasting como um novo meio digital massivo. Trad. Marcelo Kischinhevsky. **Quaderns del CAC**, 41, vol. XVIII, p. 21-30, jul. 2015. Disponível em <<https://periodicos.ufop.br/radiofonias/article/view/4315>>, acesso em 08/03/2022.

DIAS, Daniela Esperandio; PATROCÍNIO, Lara Mireny Freitas; GUIMARÃES, Victoria Maria Singui; MENEGUELLI, Ana Helvira Fermiano. A voz feminina no jornalismo de política: análise do podcast Papo de Política. **43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. 1º a 10/12/2020.

FREITAS, Ernani César de; BOAVENTURA, Luis Henrique. Cenografia e ethos: o discurso da intolerância e polarização política no Twitter. *In:* **Let. Hoje** 53 (3), jul-set 2018. Disponível em <<https://doi.org/10.15448/1984-7726.2018.3.30796>>, acesso em 05/03/2022.

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-MG, v. 11, n. 01, p. 06 - 12, jan./abr. 2020. Disponível em <<https://periodicos.ufop.br/radiofonias/article/view/4333/3405>>, acesso em 08/03/2022.

LUIZ, Lucio. A história do podcast. *In:* _____ (org.) **Reflexões sobre o podcast**. Nova Iguaçu-RJ: Marsupial, 2014, p. 9-14.