

Vozes femininas nas mídias sonoras: as intersecções entre trabalho e relações de gênero

Female voices in sound media: the intersecctions between work and gender issues

Voces femininas em medios sonoros: las intersecciones entre trabajo y las relaciones de género

Alice dos Santos Silva; Renata Barreto Malta

Resumo

O presente artigo parte de uma aproximação entre o rádio e o podcasting, tanto como mídia sonora, quanto no que concerne a relações de poder alicerçadas em marcadores de gênero ali inscritos. Com base na trajetória sócio-histórica dos meios sonoros, entendemos que a presença de mulheres no papel de emissoras e ouvintes é evidente, no entanto, que as desigualdades entre os gêneros também o são. É nesse contexto que propomos uma pesquisa empírica com mulheres podcasters. Ouvimos 17 mulheres em entrevistas em profundidade, selecionadas a partir dos seus programas, apontados como os mais ouvidos pela PodPesquisa de 2018. Como principal resultado, observamos que elas encontram caminhos para divulgar seus produtos e valorizar as vozes de outras mulheres, especialmente por meio de # nos ambientes digitais. Apesar da audiência conquistada, a maior parte delas não gera receita com seu trabalho e aponta questões estruturais de gênero como resposta para os obstáculos que preterem mulheres na podosfera.

Palavras-chave: Podcasting; Rádio; Mulheres podcasters; Entrevista em profundidade.

>> **Informações adicionais:** artigo submetido em: 21/03/2022 aceito em: 20/06/2022.

>> **Como citar este texto:**

SILVA, Alice dos Santos; MALTA, Renata Barreto. Vozes Femininas nas mídias sonoras: intersecções entre trabalho e relações de gênero. **Radiofonias – Revista de Estudos em Mídia Sonora**, Mariana-MG, v. 13, n. 01, p. 69-96, jan./abr. 2022.

Sobre as autoras

Alice dos Santos Silva

alicesilvajor@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0003-0208-9590>

Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) da Universidade Federal de Sergipe (UFS), graduada em Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo pela mesma Instituição. Assessora de Comunicação e eventos do Instituto Federal de Sergipe (IFS) - Campus Tobias Barreto, produtora do podcast Hora Queer/Doutora Drag. Realiza pesquisas sobre a produção de podcasts no Brasil, questões de gênero e feminismo.

Renata Barreto Malta

renatamalta@academico.ufs.br

<https://orcid.org/0000-0002-7414-9081>

Professora do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Sergipe e atual coordenadora do Programa de Pós-graduação Stricto Sensu em Comunicação Social na mesma instituição. Coordenadora no Grupo de Pesquisa GENI – Gênero e Interseccionalidades na Comunicação. Pós-Doutorado na Facultad de Comunicación, Departamento de Comunicación Audiovisual de la Universidad de Sevilla – España. Pesquisadora bolsista do Programme Directeurs d'Etudes Associés DEA 2019, Fondation Maison des Sciences de l'homme, Paris, França.

Abstract

This article proposes an approach between radio and podcasting, not only as sound media, but also regarding the power relations based on gender. Considering the socio historical path of sound media, we understand that the presence of women as producer and as audience is evident, although gender inequality is an important issue. Through in-depth interviews, we have listened to 17 women who have volunteered to participate, selected based on their podcasts, pointed as the ones with the biggest audience by PodPesquisa 2018. As main result, we have noticed that those women find ways to broadcast their products and valorize other women voices, especially by # in digital environments. Furthermore, although they are leaders of podcasts with significant audiences, most of them don't get paid for their work and point to gender issues as the response for the obstacles which keep women away from the podosphaera.

Keywords: Podcasting; Radio; Women podcasters; In-depth interviews.

Resumen

Este artículo parte de una aproximación entre la radio y el podcast, no solamente como medio sonoro, sino también concierne a relaciones de poder basadas en marcadores de género. Fundamentadas en la trayectoria socio-histórica de los medios sonoros, entendemos que la presencia de mujeres en el papel de emisoras y oyentes es evidente, sin embargo, que las desigualdades entre los géneros también lo son. En ese contexto proponemos una investigación empírica con mujeres podcasters. A través de entrevistas en profundidad, hemos escuchado 17 mujeres que se han voluntariado para el estudio, seleccionadas con base en sus programas, considerados los con mayor audiencia por la PodPesquisa 2018. Como principal resultado, observamos que esas mujeres encuentran caminos para divulgar sus productos y valorizar las voces de otras mujeres, especialmente por medio de # en los ambientes digitales. Además, aunque comanden podcasts con audiencia, la mayor parte de ellas no reciben por su trabajo y apuntan cuestiones estructurales de género como respuesta para los obstáculos que alejan a las mujeres de la podosfera.

Palabras clave Podcasting; Radio; Mujeres podcasters; Entrevista en profundidad.

Introdução

Em um estudo acerca dos processos que permearam a introdução do conceito de Gênero no Brasil, Marília Moschkovich (2018) apresenta brevemente o percurso histórico que culmina na elaboração do conceito de gênero, questionando as relações de poder e desigualdade entre homens e mulheres que se baseavam em uma dicotomia sexual biológica. "O conceito de gênero pode ser entendido como uma abordagem radical da ideia de que a parte da vida humana a que se refere é uma construção social" (p.106, tradução própria). Ao politizar as desigualdades de gênero, o feminismo transforma as mulheres em novos sujeitos políticos. É a partir desse lugar que iniciamos o presente estudo e propomos o olhar para o objeto pesquisado.

Percebemos empiricamente e por meio de dados secundários uma proporção muito maior de homens do que de mulheres ouvintes e produtores de *podcast* no Brasil. Nesse contexto, nossa maior inquietação é descortinar ao menos parte do fenômeno e entender como as mulheres que produzem os *podcasts* mais escutados no Brasil percebem e/ou vivenciam essas arenas e como reconhecem a *brecha digital* marcada pelas relações de gênero. Trata-se de uma teoria que tenta explicar como e porque mulheres acessam em menor grau às tecnologias de seu desenvolvimento à sua utilização. Graciela Natansohn (2013) defende que um ponto chave para uma análise contundente sobre a brecha digital é entender essas questões como produto do sistema cultural e de produção científica/tecnológica androcêntrica. A autora reforça que as diferenças entre homens e mulheres devem ser analisadas de maneira que não reforcem o binarismo de gênero, bem como uma individualização dos processos.

Apesar de compreender a existência da brecha, tanto pelos dados das PodPesquisas⁴, quanto pelos levantamentos do *corpus* para este trabalho, aqui seguiremos com uma abordagem que, segundo Nuria Vérges (2013), cada vez

⁴ Pesquisa realizada desde 2008 pela Associação Brasileira de Podcasters (ABPOD) com objetivo de coletar informações e preferências de consumo dos ouvintes/produtores de podcast no Brasil.

mais ocupa a centralidade dos estudos sobre mulheres e tecnologia, as investigações sobre os movimentos de autoinclusão. Essa abordagem se preocupa em analisar os espaços onde as mulheres são agentes ativas em suas entradas e permanências nas Tecnologias da Informação e da Comunicação (TIC), contribuindo também para sua transformação.

Com base nessas reflexões, propomos explorar o *podcast* como um fenômeno comunicacional para entender e desenvolver relações entre suas características históricas, tecnológicas e culturais, traçando paralelos com o rádio (I); delimitar o perfil das produtoras dos podcasts mais ouvidos no Brasil segundo a PodPesquisa (II); entender a relação que essas mulheres estabelecem com o podcast, seja em uma perspectiva mais emocional e subjetiva ou estritamente científica e profissional (III) e identificar a maneira como as mulheres podcasters percebem e vivenciam a podosfera, buscando espaços de resistência (IV).

Do rádio ao podcast: espaços marcados pelo gênero

Em conjunto com outras mídias que se desenvolveram na internet, o podcast vem progressivamente ganhando público e espaço no Brasil. Apesar de uma diferença substancial nas características que envolvem a distribuição e o consumo, as relações que se estabelecem entre o podcast e o rádio podem ser percebidas a partir de diversos aspectos, como a linguagem e as técnicas empregadas na produção dos conteúdos. As aproximações e distanciamentos entre os dois meios permeiam as pesquisas na área da comunicação, como demonstra o resultado de um estudo bibliométrico que analisou os artigos sobre podcast publicados nos anais da Intercom (Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação), de 2004 (ano de criação do podcast) a 2019 (SILVA; MALTA, 2022). De acordo com a pesquisa, 80% dos trabalhos dedicaram algum espaço para discutir a relação entre o podcasting e o rádio. No estudo em questão, as autoras categorizaram os artigos coletados nos seguintes eixos: *Modalidade radiofônica, Produto da convergência, Nova mídia digital e Produto fonográfico.*

Cada eixo apresenta diferentes perspectivas classificatórias acerca do podcast, porém, como elemento de consonância, está a discussão no que concerne a características de proximidade e distanciamento entre o podcast e o rádio, demonstrando que essa discussão é central nos estudos sobre o podcast.

Entender as relações entre o podcast e o rádio em seu sentido técnico, de linguagem, de consumo, de distribuição do conteúdo, entre outros, se mostrou o interesse comum entre os 78 artigos analisados no estudo acima mencionado. No entanto, ao buscar por trabalhos publicados nos anais da Intercom relacionados ao podcast, foram encontrados apenas dois artigos que centravam suas atenções nas relações de gênero, ambos a partir de uma perspectiva do jornalismo e suas teorias (SILVA; MALTA, 2022). É exatamente essa interseção que nos interessa e nos impulsiona a realizar o presente estudo. O rádio tem uma predominância de figuras e vozes masculinas, no passado e na atualidade, fato que reflete a forma como a sociedade lida com as mulheres e como se dá a divisão sexual do trabalho (WINTER; VIANA, 2021). As autoras buscam uma contextualização sócio-histórica com a finalidade de compreender onde estavam as mulheres nas diferentes fases de evolução do rádio. "É a partir da década de 30 que as mulheres criam uma relação mais próxima com o rádio, começando a cantar nas emissoras" (WINTER; VIANA, 2021, p. 50), emergindo daí verdadeiras expoentes desse meio, como Carmen Miranda, Dalva de Oliveira e Emilinha Borba. Com a popularização das radionovelas, as mulheres se tornam as maiores consumidoras das programações radiofônicas, sendo "através da figura feminina que o rádio conquista um papel de destaque no cotidiano familiar" (SILVA; NASCIMENTO, 2016, p. 137), consideradas majoritariamente ouvintes.

Já com a chegada da televisão, o rádio trilha novos caminhos para se manter no mercado. É nessa fase que emerge um novo protagonista no rádio, o comunicador que busca formas para simular uma relação próxima com o/a ouvinte (WINTER; VIANA, 2021). As autoras, com base em Ferraretto (2012), apontam três tipos de segmentação fundamentada no público que passam a imperar, tendo a figura do comunicador (majoritariamente no masculino) como

central: o comunicador popular, o âncora do radiojornalismo e o DJ de rádios voltados para o público jovem.

Sobre o protagonismo masculino, Amarante (2011) observa, com base em análises sobre o programa *Vida de Mulher*, lançado em 2009 pela rádio FM Comunitária Independência no Ceará, que, além de questões institucionais que privilegiam a voz masculina, as mulheres se sentem inibidas pelo poder exercido pelos homens e muitas não se sentem capazes e motivadas a tensionar esses espaços, mantendo o rádio uma arena masculina.

É certo que outras pautas desestabilizaram a fixidez dessa divisão, como mencionam Winter e Viana (2021), e as lutas e conquistas das mulheres também foram relevantes e exerceram influência nos estúdios, com destaque ao programa *Viva Maria*, da Rádio Nacional, como ícone dessa ruptura.

A contextualização sócio-histórica proposta por Winter e Viana (2021) culmina na chamada fase de convergência, a qual possibilitou as webrádios e o podcasting. É nesse ambiente, segundo as autoras, que as mulheres aparecem de forma mais atuante, quando comparado a épocas anteriores. No rádio massivo, elas representam, em média, 36% do total de radialistas, segundo o relatório de 2015 do Projeto Global de Monitoramento de mídia (ABRAJI, 2015). Esses dados demonstram que a participação feminina na radiodifusão está distante de representar equidade entre os gêneros. O que supostamente poderia significar uma predileção pelo timbre de voz masculino, em detrimento do feminino, se mostra mais uma faceta da divisão sexual do trabalho que estrutura a sociedade.

Nesse sentido, Hirata e Kergoat (2007, p. 599) asseguram que as desigualdades de gênero nas relações de trabalho são sistemáticas, hierarquizantes e possuem dois princípios organizadores: o princípio de separação – identificamos trabalhos “de homens” e trabalhos “de mulheres” – e o princípio hierárquico – o trabalho desempenhado por homens possui maior valor social em relação àquele desempenhado por mulheres. “Esses princípios são válidos para todas as sociedades conhecidas, no tempo e no espaço”. Desse modo, se desde os anos de ouro do rádio as mulheres fizeram história como

importantes ícones para o seu desenvolvimento, resta-nos deduzir que se trata de uma questão de hierarquia social.

É aqui que centramos nossa atenção no objeto de estudo proposto, o podcast produzido por mulheres. Consideramos o tom otimista de Winter e Viana (2021) ao constatarem que 2019 foi predominantemente o ano em que mais mulheres ocuparam a podosfera, seguindo a mesma tendência em 2020 (esse último não foi contemplado na pesquisa). O estudo conduzido pelas autoras foi realizado com 172 podcasts apresentados por mulheres sobre diferentes temáticas, o que comprova que as mulheres não se limitam aos assuntos já estigmatizados para elas, mas transitam entre os diferentes campos de conhecimento (p. 60). Um dado apresentado nos chama a atenção: o grande número de podcasts conduzidos por mulheres com menos de 25 episódios, em sua maioria descontinuados e sem uma periodicidade definida. Sobre essa questão, as autoras supõem a falta de acompanhamento por parte de ouvintes e dificuldades para a continuidade na produção.

Essas e outras lacunas não respondidas pelo estudo nos norteiam. Propomos, assim, uma reflexão acerca de como as mulheres produtoras de podcast relacionam-se com os podcasts que produzem, quais as dificuldades identificadas, assim como as barreiras relacionadas aos marcadores de gênero a partir de um estudo empírico com mulheres podcasters.

Trajatória empírica: procedimentos metodológicos

Para a trajetória empírica desta pesquisa partimos de uma abordagem qualitativa para analisar as 17 entrevistas realizadas com produtoras de podcast brasileiras, apesar de considerar dados quantitativos para a seleção do *corpus*. As participantes foram selecionadas a partir dos resultados da PodPesquisa 2018, na qual os/as respondentes citaram os cinco *podcasts* que mais ouviam. No total, foram citados 3.251 podcasts, dentre eles, foram selecionados aqueles que tiveram no mínimo 0,02% das respostas, totalizando 241 programas.

A partir dessa listagem inicial foram determinados três critérios para a seleção de potenciais entrevistadas. Primeiramente, escolhemos apenas os programas produzidos no Brasil, sem vinculação a mídias tradicionais (rádios, revistas, emissoras de TV) e com mulheres na equipe. A exclusão de podcasts vinculados a mídias tradicionais se baseia na premissa de que, apesar de perpassados também por lógicas estruturais de exclusão de certos grupos, podcasts independentes oferecem maior abertura e autonomia para as produtoras de conteúdo, quando comparados aos canais de comunicação tradicionais. Para Vrikki e Malik (2019), o ambiente criado pelo podcast independente se diferencia das mídias tradicionais...

tanto em termos de sua cultura de produção flexível (predominantemente auto-organizada, de baixo orçamento, orientada por conteúdo e operando fora das estruturas regulatórias tradicionais), quanto em termos de seu potencial de produção, de narrativas que se opõem a formas excludentes de representação e política encontradas em programas de rádio, jornalismo de opinião e atualidade (VRIKKI; MALIK, 2019, p. 276, tradução das autoras).

Ao final da filtragem foram identificados 57 programas com base nos critérios estabelecidos e, dentre estes, foram realizadas entrevistas com 17 mulheres de 18 podcasts diferentes, as quais se voluntariaram para participar do estudo.

As entrevistas foram semiestruturadas e em profundidade, analisadas com base na Análise Temática proposta por Laurence Bardin (2011). A autora argumenta que a elaboração de uma simples quantificação da frequência de

temas, que é comum nas análises de abordagem quantitativa, acaba limitando as particularidades cognitivas e afetivas que geralmente é onde se encontra o potencial das entrevistas. Segundo Bardin (2011, p. 96), sob a aparente desordem temática, busca-se procurar a estruturação específica, a dinâmica pessoal, que, por detrás da torrente de palavras, rege o processo mental do entrevistado". De acordo com Duarte (2006), "a entrevista em profundidade é um recurso metodológico que busca, com base em teorias e pressupostos definidos pelo investigador, recolher respostas a partir da experiência subjetiva de uma fonte" (DUARTE; BARROS, 2006, p. 62). Para esta pesquisa, as entrevistas servem justamente para conhecer melhor os esforços das mulheres em produzir conteúdo em um ambiente que é dominado por homens, explorar as nuances de como esse processo se dá e reconhecer possíveis obstáculos encontrados.

Cabe explicar que a opção de não manter as entrevistadas em anonimato se deu, em especial, pela relação que elas desenvolvem com seus programas, não havendo garantia de anonimato. Todas as entrevistadas iniciaram suas falas gravando o termo de consentimento e autorizaram a divulgação de seus nomes. Com relação ao perfil das podcasters entrevistadas, destacamos que todas elas se declaram mulheres cisgênero, em sua maioria na faixa dos 30 anos. Quase 90% das participantes se consideram brancas, e pouco mais da metade são heterossexuais. Apenas quatro entrevistadas têm filhos e 80% delas possuem ensino superior completo. Além disso, todas se consideram feministas.

Destacamos aqui os blocos dois e três do roteiro de entrevistas, pois neles se concentram os questionamentos que impulsionaram as respostas aqui exploradas: a relação das entrevistadas com suas produções e seus posicionamentos sobre questões de gênero. Reforçamos que por se tratar de entrevista semiestruturada, este quadro serviu apenas de base e outras perguntas emergiram ao longo das entrevistas (quadro 1).

Quadro 1 - Parte do roteiro de entrevistas

BLOCO 02 – RELAÇÃO COM O PODCASTING:

1. Você se lembra da primeira vez em que ouviu falar sobre *podcasts*? Como você descobriu a existência da mídia?
2. Quais assuntos são tratados no seu programa? De onde surgiu a vontade de produzir conteúdo sobre isso?
3. Qual função ou funções você assume no programa que faz parte? Gostaria de assumir outras funções? Se sim, por que não assume?
4. Pensando a sua relação com o podcasting, você acredita que tem com a mídia uma relação mais emocional/subjetiva ou profissional/racional? Por quê?
5. De todo processo de produção de um podcast, quais você considera os mais difíceis de fazer?
6. Você pode contar um pouco sobre essas situações de dificuldade?
7. Você acredita que algum fator em especial contribuiu para esses problemas que você enfrentou?
8. Como você conseguiu contornar essas adversidades?

BLOCO 03 – RELAÇÃO COM O FEMINISMO:

1. Você acredita que homens e mulheres possuem as mesmas capacidades, acessos e condições de conseguir produzir conteúdo de qualidade na internet?
2. Você conhece os resultados das PodPesquisas que apontam que cerca de 80% dos ouvintes de podcasts são homens? Quais fatores você acredita que levam a esses números?
3. Você costuma utilizar a hashtag mulheres polcasters na divulgação de seus programas? Já participou da Campanha O Podcast é Delas? Se utiliza, por que sim, se não utiliza, por que não?
4. Você se considera feminista? Se sim, em que medida essa posição política reflete no conteúdo que produz?
5. Qual percepção você tem do feminismo como um movimento e/ou teoria?

Fonte: Elaborado pelas autoras (2020).

Nos tópicos seguintes apresentaremos os resultados do estudo, assim como uma discussão fundamentada que entrecruza temáticas que deles emergem. Por se tratar de um artigo com limitação de páginas, não apresentaremos as etapas de análise das entrevistas e nos concentraremos nos resultados, contemplando os trechos considerados mais significativos e ilustrativos das temáticas que se fizeram presentes.

#Mulherespodcasters e #opodcastédelas: para uma podosfera mais feminina

Desde 2004, ano do surgimento do podcast nos Estados Unidos e, também, de suas primeiras experiências no Brasil, a mídia ampliou seu alcance

em números de produção e consumo. De acordo com os dados da Edição 2020/2021 da PodPesquisa, que se preocupou em investigar exclusivamente o perfil das produtoras e produtores, verificamos que entre os respondentes 75,7% são homens, 81,3% são pessoas heterossexuais e 58,8% se declaram brancos, conforme a figura 1.

Figura 1 - Respostas da PodPesquisa 2020-2021.



Fonte: PodPesquisa 2020-2021 (2020).

Neste contexto, que repete as lógicas já estabelecidas de exclusão das mulheres/corpos feminilizados/dissidentes de gênero dos ambientes digitais, observamos que a luta feminista acontece por meio de movimentos que são organizados e difundidos pelas próprias produtoras/ouvintes. Como por exemplo as ações *#MulheresPodcasters* e *#OPodcastÉDelas*, que foram criadas de forma independente, na mesma época, por duas mulheres podcasters que tinham o mesmo incômodo: a falta de reconhecimento das mulheres na podosfera.

O projeto *#OPodcastÉDelas* (OPED), criado por Domenica Mendes e Rodrigo Basso, teve início em 2017 como uma campanha de incentivo à participação das mulheres nessa mídia durante o mês de março, em alusão ao Dia Internacional da Mulher, 8 de março. No projeto, os podcasts que se inscrevem para participar precisam convidar pelo menos uma mulher para cada episódio naquele mês. Quem apresenta o programa explica que houve aderência à campanha e convida outros podcasts a fazerem o mesmo. Domenica é uma

das mulheres participantes da pesquisa e em entrevista comentou sobre o envolvimento dos programas na campanha:

Já no primeiro ano [...] alcançou mais de 50 programas e uma média de 80 a 100 episódios em um mês. E depois nos outros anos a gente foi tendo um crescimento absurdo, assim, chegando à marca de mais de 250 programas participantes (MENDES, em entrevista para as autoras, 2021).

A campanha evoluiu para uma espécie de incubadora de programas produzidos por mulheres que não têm muita experiência ou que não têm recursos para pagar serviços de hospedagem. De acordo com Domenica, é oferecido para as integrantes da rede a infraestrutura básica de produção de um programa, “eu crio o feed, ofereço servidor, na época eu ajudava as meninas a fazer a edição, [...] tudo para ajudar nessa parte mais técnica, essa parte mais de quebrar grandes pedras e grandes dificuldades para facilitar o acesso” (MENDES, em entrevista para as autoras, 2021). Em 2020 a #OPodcastÉDelas também lançou um banco de dados⁵ com mais de 70 mulheres podcasters cadastradas. O banco funciona como uma ferramenta de busca que concentra informações como formação, áreas de interesse, orientação sexual, contato e outros dados que ajudam a identificar uma mulher que possa ser convidada para gravar um podcast.

Consonante, Ira “Croft” Morato desenvolveu a hashtag “mulherespodcasters”, que objetiva facilitar ao público encontrar programas produzidos por e com a participação de mulheres nas redes sociais, em especial no twitter. Assim como Domenica, Ira também faz parte das mulheres cujos programas compõem o *corpus* desta pesquisa. Em entrevista, ela explicou o objetivo da criação da Campanha: “a gente não tá sendo divulgada, então vamos fazer com que divulguem a gente através da hashtag. E aí eu criei a hashtag para que ela fosse utilizada para divulgação de podcasts feitos por mulheres ou com mulheres” (MORATO em entrevista para as autoras, 2020).

Ira também contou que a ideia de criar a hashtag surgiu em meados de 2014 após sua participação em um evento da área de Publicidade em São Paulo.

⁵ Banco de Dados #OPodcastÉDelas: <https://opodcastedelas.com.br/podcasters>.

em que as pessoas participantes afirmaram que no Brasil não existiam mulheres produzindo podcast.

[...] eu tava na plateia nesse evento [...] na hora das perguntas levantei a mão e aí eu falei: 'ó, eu não sou famosa, outras pessoas não são famosas, mas existem várias mulheres fazendo podcasts'. Aí naquele dia eu vim para casa assim muito encucada, mesmo, com isso. Eu fiquei pensando 'c***** a gente é tão apagada que até em eventos de Publicidade feminina a gente é apagada (MORATO, em entrevista para as autoras, 2020).

Inspiradas pela *#MulheresPodcasters*, começaram a surgir outras iniciativas de hashtags utilizadas para divulgar podcasts de pessoas pertencentes a grupos minoritários, como a *#PodcastersNegros*, *#PodcastersPerifericos* e a *#LGBTPodcasters*. Quando indagamos as interlocutoras a respeito das duas hashtags percebemos uma grande adesão, conforme exposto na tabela 1.

Tabela 1 - Envolvimento das entrevistadas com as campanhas *#MulheresPodcasters* e *#OPodcastÉDelas*

#MulheresPodcasters		#OPodcastÉDelas	
Não Conhece	02	Conhece	02
Conhece	03	Participa	08
Utiliza	10	Participa em outros programas	05

Fonte: Elaborado pela autora (2021).

Com base nos dados da tabela, notamos que, ao menos entre as entrevistadas, tanto a *#MulheresPodcasters*, quanto a *#OPodcastÉDelas*, foram ações conhecidas e amplamente utilizadas nos programas. É importante salientar que o objetivo aqui não é avaliar a efetividade de tais ações, especialmente por conta das limitações do método proposto, mas demonstrar a importância das duas campanhas como forma de organização entre as mulheres podcasters, utilizadas e valorizadas pelas entrevistadas.

Trabalho e produção de conteúdo na podosfera

De acordo com Bonini (2020), o podcasting se encontra em sua “segunda onda”, período que começa a partir de 2012 nos EUA e que, para o autor, caracteriza-se pela formação de um “mercado alternativo, que caminha para a profissionalização da produção e a normalização do consumo” (BONINI, 2020, p. 15). O autor analisa que a expansão da mídia se dá por diversos fatores, tais como o “aumento da qualidade dos podcasts disponíveis, a expansão do uso de smartphones e a crescente popularidade do financiamento coletivo e das redes sociais de base sonora” (BONINI, 2020, p. 27). Para ele, o podcast está se tornando um meio comercial massivo.

Apesar de, para alguns programas, o contexto descrito por Bonini (2020) já ser uma realidade, de acordo com os dados apresentados pela PodPesquisa, a maioria dos produtores e produtoras ainda têm o podcast apenas como um hobby. Assim, esse cenário próspero se aplica principalmente a programas vinculados a figuras já conhecidas da Comunicação ou a veículos tradicionais. Conforme podemos observar nos gráficos dispostos na figura 2, metade dos 626 respondentes da PodPesquisa não faz captação de recursos em seus programas.

Figura 2 - Resultados da PodPesquisa 2020-2021 sobre os produtores relacionados às formas de financiamento.

Podcast como hobby lidera, mas está mudando



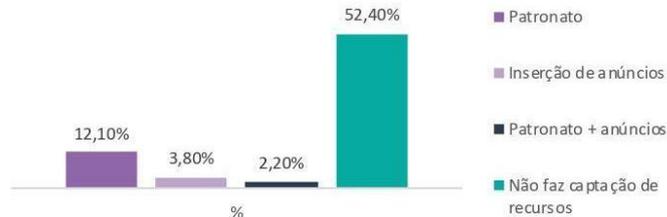
Já tem equipe remunerada

14,6%

dos podcasts remuneram sua equipe de produção



Financiamento coletivo é principal forma de remuneração



52,4% dos produtores não fazem captação de recursos

Fonte: PodPesquisa 2020-2021 (2020).

O panorama é ainda mais desanimador quando analisamos apenas as mulheres produtoras, somente seis das 17 mulheres entrevistadas durante esta pesquisa conseguem fazer do podcasting a sua única fonte de renda, conforme veremos a seguir. Para as respondentes, seus programas representam uma parte importante da vida. Observamos perfis de mulheres que têm o podcasting apenas como um hobby, mas que expressam um grau de profissionalismo que objetiva a qualidade do que é entregue ao público. Ademais, deparamo-nos com aquelas que têm o envolvimento com a mídia como uma carreira profissional,

mas que reforçam que considerar o podcast como trabalho não anula o seu nível de envolvimento emocional com o conteúdo.

Percebemos com mais frequência perfis de mulheres que definem sua atuação como um hobby, em que os ganhos financeiros com ações de financiamento colaborativo ou publicidade são direcionadas para a produção do programa e para contratação de serviços como edição e hospedagem. Com base nas entrevistas, percebemos que apesar de motivações diversas, todas essas mulheres produzem conteúdo e estabelecem com ele e com o público relações afetivas que são parte de suas formações como sujeito. No relato de Beatriz Santos (*Hora Queer, Ponto G*) percebemos que esse eixo subjetivo está ligado às questões políticas que ela defende: “ajuda a gente a desenvolver pensamento crítico, [...] questões de comunicação com as outras pessoas [...], então falar sobre questões que para mim são importantes, como o feminismo e a luta LGBTQ+, é muito gratificante, mesmo não recebendo nada financeiramente” (SANTOS, em entrevista para as autoras, 2020).

Na entrevista de Camila Beraldo (*Alô Ciência*), o aspecto mais evidente é a percepção do podcast como um suporte emocional “Ele é algo que me ajuda emocionalmente, principalmente agora durante a época de isolamento” (BERALDO, em entrevista para as autoras, 2020). Outro aspecto que ganha os holofotes concerne à formação de comunidade. Thaís Aux (*DWBrCast*) produz um conteúdo muito específico sobre um assunto que ela consome e admira, dessa forma, estabelece conexões com outras pessoas que compartilham desse sentimento.

Então podcast para mim eu não faço em termos profissionais, do tipo assim, não é que nem lá o podcast da Folha, [...] É uma coisa muito mais afetiva, do tipo assim, é uma série que a gente ama, é uma série que a gente gosta e a gente fala para um público que também tem muito afeto pela série [...] (AUX, em entrevista para as autoras, 2020).

Para seis das entrevistadas, o trabalho de produção de podcast gera alguma receita, ainda que em alguns casos não seja a única ou principal fonte de renda. É narrativa comum o fato de que no início a monetização não era o

objetivo principal, mas sim consequência de um processo que aconteceu naturalmente. Este é o caso de Marcela Ponce de Leon (*Baseado em Fatos Surreais*):

eu não montei o podcast pensando que isso ia ser uma profissão no futuro, sabe? [...] eu pensei que eu queria produzir alguma coisa e queria que fosse nesse lugar, e aí já no segundo ano isso começou a virar trabalho (PONCE DE LEON, em entrevista para as autoras, 2020).

Porém, ainda que atuem profissionalmente, a carga emocional é uma constante na relação que elas estabelecem com suas produções, como explica Ira "Croft" Morato (*Mundo Freak Confidencial, MdManas, Ponto G*): "O podcast hoje na minha vida tem um peso profissional muito grande porque ele é minha fonte de renda, porém ele continua sendo 100% emocional e eu não consigo separar isso" (MORATO, em entrevista para as autoras, 2020).

Mesmo que o podcast não seja uma fonte de renda, para Carolina Brito (*Fronteiras da Ciência*), que é professora universitária, produzir o programa é uma espécie de extensão do trabalho de educadora:

[...] tem uma paixão pela mídia, mas principalmente ou talvez igualmente importante é a valorização que eu dou à ciência, né? [...] Então eu faço realmente isso porque eu acredito muito na importância da ciência como um educador mesmo, então tem um lado profissional que é muito forte nisso (BRITO, em entrevista para a autora, 2020).

A partir do que é apresentado por Photini Vrikki e Sarita Malik (2019), podemos perceber que as motivações que não têm uma ligação direta com o pagamento em dinheiro também ocorrem fora do Brasil. No estudo realizado pelas autoras, é observado o contexto de podcasters do Reino Unido e as conclusões indicam que "não é a indústria – com sua fama, dinheiro e contratos – que as guia, mas o relacionamento com as pessoas que as ouvem, seguem sua jornada e se conectam com elas" (VRIKKI; MALIK, 2019, p. 283, tradução das autoras). A mesma conexão emocional pode ser percebida pela perspectiva do público. De acordo com dados do relatório de tendências do Spotify de 2020, "71% dos fãs brasileiros de podcast disseram que é fácil sentir-se emocionalmente conectado a um apresentador e que ouvi-lo é como estar com

um amigo" (SPOTIFY, 2020, p. 22).

Com base nos relatos coletados, pontuamos que as entrevistadas têm uma relação com suas produções que dialoga com o que as constitui como pessoa e, mesmo quando há um retorno financeiro, essas questões continuam exercendo um peso na continuidade do projeto. Apesar da centralidade das questões emocionais e subjetivas, é importante investigar porque entre os programas mais ouvidos do país a proporção de mulheres remuneradas por seu trabalho é tão baixa. Uma forma de compreender a maneira como o gênero se manifesta nas questões transversais ao trabalho é observar estudos realizados com mulheres que ocupam papéis e funções similares às das mulheres podcasters.

Em uma pesquisa sobre a socialização profissional de blogueiras desenvolvida por Rafaela Araújo et. al. (2019), as autoras realizaram uma análise de conteúdo a partir de entrevistas aplicadas com 15 blogueiras no período de agosto a outubro de 2016. Alguns pontos similares entre as mulheres que participaram do estudo citado e as mulheres podcasters aqui pesquisadas podem ser percebidos, como o acesso ao ensino superior (na amostra de Rafaela Araújo apenas duas entrevistadas não concluíram a graduação) e as idades que variam dos 20 aos 31 anos. Além disso, assim como as podcasters, as blogueiras iniciaram a produção de conteúdo a partir do consumo de blogs com temáticas similares e a atuação profissional começou, para a maioria das mulheres participantes da pesquisa, após "o reconhecimento de suas habilidades, seja por elas mesmas, seja por terceiros" (ARAÚJO, et al., 2019, p. 124).

Entre os resultados da pesquisa, as autoras destacam que apesar de o trabalho com blogs aparentar ser glamuroso e despreocupado, nota-se que "ao contrário, elas trabalham muito, ganham pouco e demoram a ter reconhecimento no trabalho que desenvolvem" (p. 128). Assim, duas participantes que achavam que ser blogueira seria um caminho fácil para uma alta remuneração, perceberam, na prática, o oposto "elas levam em média um ano para começar a fechar seus primeiros contratos com marcas" (ARAÚJO, et

al., 2019, p. 125). Outra característica similar com as mulheres podcasters tange às atividades que as blogueiras não gostam de desenvolver.

a precificação do trabalho; os trabalhos de ordem técnica, como edição e programação; e a divulgação do conteúdo nas redes sociais. Duas blogueiras afirmaram que uma das tensões que vivenciam e continuam vivenciando se refere ao fato de o trabalho com blogs ainda não ser visto como profissão e por isso os familiares e as outras pessoas não percebem o trabalho como algo sério (ARAÚJO, et. al., 2019, p.128).

Considerando as semelhanças entre os dois grupos pesquisados, questionamos quais elementos sociais constituem barreira para que essas mulheres não alcancem retorno financeiro que permita uma profissionalização do podcast como única fonte de renda, além de outros aspectos que constituem obstáculos para elas. Evidenciamos que o roteiro de entrevistas não buscou um aprofundamento acerca dos motivos pelos quais as interlocutoras não fazem do podcast seu trabalho principal, as participantes apresentaram, de forma espontânea, suas percepções sobre a mulher produtora de podcasts no Brasil.

A mulher tem que cuidar da casa, limpar a casa, cuidar do filho, se sobrar tempo ela vai fazer podcast. [...] Então os homens têm mais tempo de ficar editando, de ficar procurando, de ficar pesquisando, de ficar gravando horas e horas. (AZEVEDO, em entrevista para as autoras, 2020).

Mulheres sem sombra de dúvidas têm jornadas de trabalho não remunerado absurdamente maiores do que homens, então obviamente elas vão ter menos tempo de produzir conteúdos, porque o tempo que eles têm disponível para fazer isso elas estão fazendo o trabalho reprodutivo não remunerado, né?! (MENDES, em entrevista para as autoras, 2021).

Percebemos que ao falar sobre as dificuldades que mulheres produtoras de podcasts, em geral, enfrentam, as entrevistadas focam em questões estruturais que são relacionadas a marcadores de gênero, diferente das questões que foram expostas no tópico anterior, onde elas expuseram suas dificuldades individuais.

De acordo com Susan Ferguson (2020), é possível destacar duas abordagens gerais desenvolvidas pelas teorias feministas ao pensar o trabalho: a Divisão Sexual do Trabalho (DST) e a Teoria da Reprodução Social (TRS). A autora aponta que entre as duas análises há pontos convergentes e divergentes.

Embora ambos identifiquem a desvalorização social do trabalho desempenhado pelas mulheres e as restrições a ele, [o trabalho das mulheres] como características definidoras da desigualdade e opressão das mulheres, eles se diferenciam em suas conceituações de poder social e, conseqüentemente, em seus projetos políticos de emancipação feminina (FERGUSON, 2020, p. 18, tradução das autoras).

Segundo a autora, para as teóricas feministas que pensam sobre a Divisão Sexual do Trabalho, esta se caracteriza pelas “convenções sociais que atribuem às mulheres a responsabilidade pela reprodução fisiológica, criação dos filhos e ‘trabalho doméstico’ nas diferentes sociedades de classes, ao mesmo tempo que atribuem aos homens outras tarefas ‘produtivas” (FERGUSON, 2020, p. 18, tradução das autoras). Já Helena Hirata e Danièle Kergoat (2007) explicam a divisão sexual do trabalho como a distribuição de homens e mulheres no mercado de trabalho – considerando que essa distribuição varia a depender do contexto sócio-histórico, e a divisão que é feita entre os gêneros do trabalho doméstico. Como apresentado anteriormente, as autoras explicam o conceito como uma forma de divisão sexual do trabalho que atua pelo princípio da separação – estipulando o que é trabalho de homem e o que é trabalho de mulher –, e pelo princípio hierárquico – que posiciona o trabalho desempenhado pelos homens como superior.

Essa forma é modulada histórica e socialmente. Tem como características a designação prioritária dos homens à esfera produtiva e das mulheres à esfera reprodutiva e, simultaneamente, a apropriação pelos homens das funções com maior valor social adicionado (políticos, religiosos, militares etc.) (HIRATA; KERGOAT, 2007, p. 599).

Para Helena Hirata e Danièle Kergoat (2007), pensar sobre a divisão sexual do trabalho deve ir além de apontar as desigualdades, mostrar que elas são sistemáticas, buscando também “articular essa descrição do real como uma reflexão sobre os processos mediante os quais a sociedade utiliza essa diferenciação para hierarquizar as atividades, e portanto os sexos, em suma, para criar um sistema de gênero” (HIRATA; KERGOAT, 2007, p. 596). Alinhados a essa perspectiva, Renata Costa e Paulo Pinheiro (2015) destacam que além de uma simples divisão de tarefas, a divisão sexual do trabalho compõe “regras de

dominação de gênero que se reproduzem por todo tecido social" (COSTA; PINHEIRO, 2015, p. 51).

Mirla Cisne (2015) recupera o trabalho de Paola Tabet (2005) para ressaltar a importância em atentar para o controle sobre as ferramentas de trabalho, para ela é necessário relacionar a divisão sexual do trabalho "com a apropriação e controle dos instrumentos de trabalho por parte dos homens, posto que as mulheres realizam determinados trabalhos e são excluídas de outros, segundo o acesso (ou não) aos instrumentos (CISNE, 2015, n/p).

A segunda perspectiva apresentada por Susan Ferguson (2020) é a Teoria da Reprodução Social. Para Cinzia Arruzza (2015), é importante apontar a diferenciação entre "reprodução social" utilizada na teoria marxista que "indica o processo de reprodução de uma sociedade em sua totalidade" (ARRUZZA, 2015, p. 55) e a noção utilizada especificamente nas análises do feminismo marxista, no qual "reprodução social designa a forma na qual o trabalho físico, emocional e mental necessário para a produção da população é socialmente organizado" (ARRUZZA, 2015, p. 55).

Portanto, a autora aponta que pensar nos termos da reprodução social expande a noção de trabalho doméstico (ARRUZZA, 2015, p. 55), já que além de discutir a reprodução material da força de trabalho, a reprodução social também diz respeito às questões que envolvem a socialização. Nas palavras da autora, "a esfera da reprodução social é também determinante na formação da subjetividade e, portanto, nas relações de poder" (ARRUZZA, 2015, p. 56).

Retomando o que já fora apontado por Susan Ferguson (2020), as diferenças entre a divisão sexual do trabalho e a teoria da reprodução social se concentram também no projeto político de emancipação para as mulheres de cada uma das perspectivas. Para as teóricas da DST, o principal foco está na equidade de gênero no que concerne ao trabalho produtivo, já que "a principal estratégia política é a integração das mulheres na força de trabalho remunerada em pé de igualdade com os homens" (FERGUSON, 2020, p. 18, tradução das autoras). No caso da TRS, o que se propõe é "uma reorganização geral de todo o trabalho para interromper a tendência do capitalismo de privatizar e

desumanizar os processos de produção envolvidos na satisfação das necessidades de subsistência" (FERGUSON, 2020, p. 19, tradução das autoras).

Considerando os relatos apresentados acima, percebemos que a carga de trabalho de reprodução social que é imposta às mulheres é percebida e vivenciada pelas entrevistadas, mesmo quando não há na entrevista uma formulação teórica na fala da interlocutora, como é o caso de Carol Rocha (*Imagina Juntas*) ao mencionar "eu sou mãe, publicitária, *creator* e podcaster... Tô exausta..." (ROCHA, em entrevista para as autoras, 2020). Apesar de a maternidade – mas não apenas – ser um debate central para o trabalho invisível e não reconhecido exercido pelas mulheres, é importante apontar, conforme Cinzia Arruzza e Tithi Bhattacharya (2020), que a capacidade de gestar não é a determinação da opressão da mulher.

A teoria da reprodução social não coloca no fato de ter filhos, ou na maternidade, a causa da opressão das mulheres. Isso seria um reducionismo biológico. Mas não é isso que dizemos. A questão está nas relações sociais que organizam a reprodução biológica: como esse fato vital se transforma em fato social (ARRUZZA; BHATTACHARYA, 2020, p. 39, tradução das autoras).

O ponto chave é como esse trabalho sobrecarrega mulheres, de maneiras diferentes a depender do contexto, mas que beneficia um sistema. Aline Hack (*Olhares*) aprofunda a questão ao trazer a maneira como, em sua perspectiva, a divisão sexual do trabalho não só dificulta a entrada de mulheres na podosfera, mas também impede sua permanência.

[...] eu acho que as mulheres têm muito menos condições de estar e permanecer na podosfera, que também são coisas diferentes. [...] As mulheres têm muito menos tempo e o que implica ter muito menos condição, né?! Socialmente a gente tem muito mais trabalho [...] eu acredito que numa condição de ingresso é muito mais fácil ingressar homens e mulheres em proporções iguais, mas permanecer na mídia podcast eu acho muito mais fácil para os homens [...] (HACK, em entrevista para as autoras, 2020).

Com os holofotes no trabalho invisível e não remunerado que é exercido pelas mulheres no ambiente privado, Susan Ferguson (2020) cita Lise Vogel para afirmar que a opressão das mulheres não se localiza no trabalho doméstico em si mesmo, mas sim nas relações de gênero da reprodução biológica e social das pessoas e, especificamente, nas contradições que caracterizam a relação da

reprodução social com o trabalho assalariado (FERGUSON, 2020, p. 29, tradução das autoras). Pensando no contexto das mulheres podcasters que participaram da pesquisa, a maioria delas desenvolve suas produções como um trabalho paralelo, que é somado aos seus empregos e ao trabalho de reprodução social, como explica Karina Xavier (*Sinuca de Bicos*).

[...] acho que ainda é uma mídia muito dominada pelos homens, que tem tanto uma condição de produção e de validação com público, mas acho que principalmente por conta de produção, é aquela velha discussão do trabalho social reprodutivo, né?! Óbvio que a mídia tá aí, todo mundo pode se apoderar dela e todo mundo pode produzir nela, mas os homens têm muito mais disponibilidade para produzir nessa mídia, como em todos os campos, por que afinal de contas eles têm muito menos bagagem e carga de trabalho de cuidados, né? (XAVIER, em entrevista para as autoras, 2020).

De forma ainda mais profunda, Cinzia Arruzza (2015) defende que apesar de reconhecer as relações de dominação e hierarquia estabelecidas entre homens e mulheres, essas relações devem ser entendidas como um antagonismo de classe.

Preferimos, ao contrário, formular a seguinte hipótese: em uma sociedade capitalista, a “privatização” completa ou parcial do trabalho de cuidado, ou seja, sua concentração dentro da família (qualquer que seja o tipo de família, e incluindo os lares monoparentais), a falta de uma socialização em grande escala deste trabalho de cuidado pelo Estado ou outras formas, tudo isso determina a carga de trabalho que necessita ser mantida dentro da esfera privada, fora tanto do mercado, como das instituições. As relações de opressão e dominação de gênero determinam o modo e a escala nos quais a carga de trabalho será distribuída, dando lugar a uma divisão desigual: mulheres trabalham mais, enquanto homens trabalham menos (ARRUZZA, 2015, p. 42).

Assim, segundo a autora, um olhar para as desigualdades de gênero que não considere influências entre a família e o sistema formado por estado e economia capitalista tende a ocultar as bases dessa estrutura. Outro ponto que chama a atenção nos trechos das entrevistas que foram apresentados é a maneira como, exceto na fala de Carol Rocha, as menções são sempre apresentadas se referindo “às mulheres”. Ou seja, não há uma colocação de si, ao menos não nas entrevistas, como ocupante deste lugar de responsável pela reprodução social em sua própria vida. Percebemos que, em parte, essa característica seja ocasionada pelo fato de que a maioria das entrevistadas não exerce o papel da maternidade. Mais além, como não investigamos nas entrevistas as configurações familiares de cada uma delas, não há como afirmar as causas pelas quais as interlocutoras entendem essas questões, mas não se colocam como afetadas diretamente por elas. De todo modo, indagamos se a presença e permanência das mesmas na podosfera como produtoras também não se relaciona a essa característica. As outras mulheres

(mães) estariam apartadas – ao menos em parte – desse espaço de poder justamente por sua condição.

Por fim, cabe salientar que 15 das 17 entrevistadas se declararam brancas. Esse dado demonstra o que feministas negras apontam sobre as diferenças que perpassam as vivências da opressão de mulheres racializadas e mulheres brancas. Sueli Carneiro (2019), ao se referir sobre os avanços de mulheres no mercado de trabalho, explica que:

Os diferentes retornos auferidos pelas mulheres de uma luta que se pretendia universalizante tornava insustentável o não reconhecimento do peso do racismo e da discriminação racial nos processos de seleção e alocação da mão de obra feminina, posto que as desigualdades se mantêm mesmo quando controladas as condições educacionais (CARNEIRO, 2019, n/p).

Sobre a racialização do trabalho, em um contexto distinto do nosso, mas com várias consonâncias, Angela Davis (2016) analisa que no período pós-escravidão no Sul dos Estados Unidos, os serviços domésticos nas casas de mulheres brancas eram realizados pelas mulheres negras. Segundo ela, o “trabalho doméstico” era de difícil organização em sindicatos.

As mulheres brancas – incluindo as feministas – demonstraram uma relutância histórica em reconhecer as lutas das trabalhadoras domésticas. [...] Nos programas das feministas ‘de classe média’ do passado e do presente, a conveniente omissão dos problemas dessas trabalhadoras em geral se mostrava uma justificativa velada – ao menos por parte das mulheres mais abastadas – para a exploração de suas próprias empregadas (DAVIS, 2016, n/p).

Para Beatriz Nascimento (2019), a mulher negra brasileira ocupa no mercado de trabalho “empregos similares aos que ocupava na sociedade colonial” (NASCIMENTO, 2019, n/p). Mesmo que essas relações possam parecer distantes das entrevistas e não apareçam nas falas de nossas respondentes, a quase ausência de mulheres negras no ambiente da podosfera e, conseqüentemente, do grupo de mulheres podcasters que se voluntariaram a participar da presente pesquisa, é por si só significativo. Se para mulheres brancas os obstáculos que as distanciam dos espaços de privilégio são visíveis e verbalizados ao longo das entrevistas, para mulheres racializadas o abismo é ainda maior.

Considerações finais

Finalizamos este artigo, como últimas considerações, pontuando as

aproximações entre o rádio e o podcasting no que se refere aos marcadores de gênero. Para além dos aspectos sócio-históricos percorridos no início deste estudo, retomamos a pesquisa desenvolvida por Amarante (2011) por ser uma interessante fonte de observação. A autora identifica em análise sobre o programa *Vida de Mulher*, que as produtoras possuem motivações e relações com a produção no rádio de forma muito similar às vivenciadas pelas mulheres podcasters que entrevistamos nesta pesquisa.

[...] os desafios ainda são numerosos: o poder masculino inibe a participação de muitas mulheres, que não se sentem capazes de ocupar o lugar de protagonistas no meio de comunicação. Faltam também recursos para mobilização, organização de novas capacitações e difusão cultural. Mesmo assim, as comunicadoras seguem motivando as mulheres a se envolver com as atividades artísticas, de confraternização e lazer, tendo a rádio como ponto de referência (AMARANTE, 2011, p. 11).

Se os desafios encontrados por mulheres radialistas e podcasters se assemelham, como discorreremos, o desejo de seguir adiante se afirma como instrumento de luta política. Assim como nas falas de nossas entrevistadas e nas ações propostas por meio de #, o estudo de Amaral, publicado há mais de uma década, apontava para essa direção.

Nesse sentido, o fenômeno da brecha digital, que afasta as mulheres das tecnologias – principalmente do seu desenvolvimento técnico –, resulta em uma realidade em que “são minoria as engenheiras de computação, empreendedoras da área das TIC’s, programadoras, desenvolvedoras de softwares e administradoras de sistemas” e, também, podcasters (NATANSOHN, 2013, p. 19). Com a finalidade de questionar a forma como estudamos as brechas digitais, a pesquisadora também aponta que se estude a maneira como estas se manifestam entre as mulheres. Ao entender que a ciência marginaliza muitas mulheres, cabe pensar esse lugar de conhecimento ocupado por essas mulheres, ao compartilharem o mesmo espaço subalternizado e como esse conhecimento se converte em resistência.

Assim, apesar de um futuro incerto no que concerne ao uso democrático da mídia, especialmente aqui dos meios sonoros, ofuscado pelas opressões que assolam mulheres nos ambientes de trabalho, temos que considerar o fluxo de

interatividade, trocas e compartilhamentos que os ambientes digitais potencializam, permitindo interações culturais e a tomada de espaços, sempre por meio de tensões e disputas.

Referências

ABRAJI. **Relatório aponta aumento de jornalistas mulheres em redações latino-americanas**. 11 de dezembro de 2015. Acesso em 05 mar. 2022. Disponível em: <https://abraji.org.br/noticias/relatorio-aponta-aumento-de-jornalistas-mulheres-em-redacoes-latino-americanas>

AMARANTE, M. I. Vidas, Vozes e Palavras de Mulheres no Rádio: sim, elas podem... **Revista Alterjor**, [S. l.], v. 3, n. 1, p. 1-14, 2012. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/alterjor/article/view/88226>.

ARAÚJO, Júlia S. O pessoal ainda é político: Hashtags e compartilhamento de testemunhos pessoais como estratégias ciberfeministas. In: **IX Simpósio Nacional da Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura** – PUC São Paulo – 8, 9 e 10 de dezembro de 2016. Disponível em: http://abciber.org.br/anaiseletronicos/wp-content/uploads/2016/trabalhos/o_pessoal_ainda_e_politico_hashtags_e_compartilhamento_de_testemunhos_pessoais_como_estrategias_ciberfeministas_julia_silveira_d_e_araujo.pdf.

ARRUZZA, Cinzia; BHATTACHARYA, Tithi. Teoría de la Reproducción Social. Elementos fundamentales para un feminismo marxista. **Archivos de Historia del Movimiento Obrero y la Izquierda**, n. 16, p. 37-69, 22 mar. 2020. Disponível em: <https://www.archivosrevista.com.ar/numeros/index.php/archivos/article/view/251>.

ARRUZZA, Cinzia. Considerações sobre gênero: reabrindo o debate sobre patriarcado e/ou capitalismo. **Revista Outubro**, n. 23, 2015. Disponível em: http://outubrorevista.com.br/wp-content/uploads/2015/06/2015_1_04_Cinzia-Arruza.pdf.

ARRUZZA, Cinzia. Rumo a uma "União queer" de marxismo e feminismo?. In: ARUZZA, Cinzia. **Feminismo e marxismo: entre casamentos e divórcios**. Lisboa: Combate, 2010.

ARRUZZA, Cinzia. As relações perigosas entre gênero e classe. In: ARUZZA, Cinzia. **Feminismo e marxismo: entre casamentos e divórcios**. Lisboa: Combate, 2010.

ARRUZZA, Cinzia. **Funcionalista, determinista e reducionista: o feminismo da reprodução social e seus críticos**. Trad. Murillo van der Laan. **Cadernos Cemarx**, n. 10, 2017. Disponível em: <https://econtents.bc.unicamp.br/inpec/index.php/cemarx/article/view/10920>

BONINI, Tiziano. A "segunda era" do podcasting: reenquadrando o podcasting como um novo meio digital massivo. **Radiofonias – Revista de Estudos em Mídia Sonora**, vol. 11, n. 1, 2020. Disponível em: <https://periodicos.ufop.br/radiofonias/article/view/4315>.

CARNEIRO, Sueli. Mulheres em movimento: contribuições do feminismo negro. In: HOLLANDA, Heloísa Buarque de (org.). **Pensamento feminista brasileiro: formação e contexto**. Bazar do tempo, 2019 *E-book*.

DAVIS, Angela. **Mulheres, raça e classe**. Tradução de Heci Regina Candiani. São Paulo: Boitempo, 2016, *E-book*.

DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2006.

FERGUSON, Susan. Las visiones del trabajo en la teoría feminista. **Archivos de Historia del Movimiento Obrero y la Izquierda**, n. 16, p. 17-36, 22 mar. 2020. Disponível em: <https://www.archivosrevista.com.ar/numeros/index.php/archivos/article/view/242>. Acesso: 09 Abr. 2021

FERRARETTO, Luiz Artur. Uma proposta de periodização para a história do rádio no Brasil. **Revista de Economía Política de las Tecnologías e da Información y de la Comunicación**, v. XIV, n. 2, 2012.

HIRATA, Helena; KERGOAT, Danièle. Novas configurações da divisão sexual do trabalho. **Cadernos de Pesquisa**, v. 37, n. 132, São Paulo, 2007. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0100-15742007000300005&lng=en&nrm=iso.

MOSCHKOVICH, Marília Bárbara Fernandes Garcia. **Feminist Gender Wars: The reception of the concept of gender in Brazil (1980s -1990s) and the global dynamics of production and circulation of knowledge**. Tese (doutorado) – Universidade Estadual de Campinas, Faculdade de Educação, Campinas, 2018.

NASCIMENTO, Beatriz. A mulher negra no mercado de trabalho. In: HOLLANDA, Heloísa Buarque de (org.). **Pensamento feminista brasileiro: formação e contexto**. Bazar do Tempo, 2019, *E-book*.

NATANSOHN, L. Graciela. Que têm a ver as tecnologias digitais com o gênero? In: NATANSOHN, L. Graciela (org.). **Internet em código feminino**. Teorias e práticas. *E-book*. Ed. em português revista e ampliada. 1. ed. Buenos Aires: La Crujía, 2013. v. 1. 192p.

PODPESQUISA. **Resultado da PodPesquisa 2018**. Disponível em: <https://abpod.org/podpesquisa/>. Acesso: 03 Abr. 2021

PODPESQUISA. **Resultado da PodPesquisa 2020/2021 - Produtores**. Disponível em: https://abpod.org/wp-content/uploads/2020/12/Podpesquisa-Produtor-2020-2021_Abpod-Resultados.pdf. Acesso: 03 Abr. 2021.

SILVA, Alice dos Santos; MALTA, Renata Barreto. Mulheres podcasters: Atuações feministas na podosfera Brasileira. **Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación**, v. 21, p. 107-119, 2022.

SILVA, Gilvânia; NASCIMENTO, Alcileide. O Feminismo chega à rádio: A militância sufragista de Martha de Hollanda na Rádio Clube de Pernambuco (1931-1932). **Revista Cantareira**, ed. 24, p. 127-140, 2016.

VÉRGES, Nuria. **De la exclusión a la autoinclusión de las mujeres en las TIC**. Kit de Formación: género, Tic y activismo. ACSUR – Las Segovias, 2013. Disponível em:

<https://ciberseguras.org/materiales/kit-genero-tic-y-activismo/>.

VRIKKI, Photini; MALIK, Sarita. Voicing lived-experience and anti-racism: podcasting as a space at the margins for subaltern counterpublics, **Popular Communication**, v. 17, n. 4, p. 273-287, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/15405702.2019.1622116>.

WINTER, Yasmin; VIANA, Luana. A podosfera é delas? Um panorama Brasileiro sobre podcasts apresentados apenas por mulheres. **Revista Razón y Palabra**, v. 24, n. 111, p. 47-61, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.26807/rp.v25i111.1796>.