

VOZES AINDA SUBALTERNAS: PODCASTING E LUTAS POR RECONHECIMENTO NA ARENA MIDIÁTICA

Voices still subaltern: podcasting and struggles for recognition in the media arena

Voces aún subalternas: podcasting y luchas por el reconocimiento en el ámbito mediático

Rafael Medeiros¹
Fernanda Mendonça²
Nair Prata³

Resumo: O podcasting surgiu como uma modalidade radiofônica sob demanda, de produção amadora e independente, tendo contribuído para dar voz a pessoas, grupos e assuntos menosprezados pela grande mídia. Este artigo tem caráter bibliográfico e problematiza a capacidade do podcasting de amplificar vozes outrora silenciadas, além de debater como o modelo pode ser usado por grupos subalternos (SPIVAK, 2010) como forma de autorrepresentação em uma arena de luta por reconhecimento (HONNETH, 2009).

Palavras-chave: Podcasting. Rádio expandido. Teoria do reconhecimento. Subalternidade

Abstract: Podcasting emerged as an on-demand radio modality, of amateur and independent production, having contributed to give voice to people, groups and subjects overlooked by the mainstream media. This article has a bibliographic character and discusses the ability of podcasting to amplify voices that were once silenced, in addition to debating how the model can be used by subaltern groups (SPIVAK, 2010) as a form of self-representation in an arena of struggle for recognition (HONNETH, 2009).

Keywords: Podcasting. Expanded radio. Recognition theory. Subordinate

Resumen: El podcasting surgió como una modalidad de radio de producción independiente, habiendo contribuido a dar voz a grupos y temas despreciados por los grandes medios de comunicación. Este artículo tiene carácter bibliográfico y discute la capacidad del podcasting para amplificar voces que alguna vez fueron silenciadas, además de debatir cómo el modelo puede ser utilizado por grupos subalternos (SPIVAK, 2010) como una forma de autorrepresentación en una arena de lucha por el reconocimiento (HONNETH, 2009).

Palabras-clave: Podcasting. Radio expandida. Teoría del reconocimiento. Subalternidad.

¹ Doutorando em Comunicação; Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS, Brasil. rfmedeiros13@gmail.com | <https://orcid.org/0000-0002-0327-3982>

² Doutoranda em Letras; Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, RS, Brasil. fernandamendonca.jornalismo@gmail.com | <https://orcid.org/0000-0003-2002-9823>

³ Doutora em Linguística Aplicada; Universidade Federal de Ouro Preto, Mariana, MG, Brasil. nairprata@uol.com.br | <https://orcid.org/0000-0002-9127-7720>

1. Introdução

O desenvolvimento tecnológico tem modificado a ecologia das mídias e alterado os modos de produção, acesso e circulação dos produtos midiáticos. A diversificação dos modelos de programação e de negócios, formatos e modos de interação indicam a midiamorfose do sistema de radiodifusão, ou radiomorfose (PRATA, 2009). Quando vai para o ambiente digital, o rádio se apresenta como expandido (KISCHINHEVSKY, 2016) e hipermidiático (LOPEZ, 2010), apropriando-se de elementos de outras mídias, ampliando seu conteúdo para múltiplos formatos e plataformas. O consumo de rádio também se expandiu nesse contexto de cibercultura e convergência midiática, considerando que hoje é possível ter acesso a conteúdo radiofônicos por meio de diferentes dispositivos. O surgimento de novas tecnologias permitiu também a facilitação do acesso a ferramentas que possibilitam que a produção de conteúdo não esteja restrita somente às emissoras tradicionais ou conglomerados comunicacionais. É nesse cenário que surge o podcasting, um modelo radiofônico assíncrono e sob demanda, com alta especialização.

Do surgimento amador, no começo dos anos 2000, até a sua atual “segunda era” (BONINI, 2020), o podcasting vem confirmando ser força importante no espectro da radiodifusão mundial, transformando tradicionais modos de produção, tipos de acesso, modelos de negócio e formas de interação com os ouvintes. As especificidades dos conteúdos, as formas narrativas e as múltiplas possibilidades de acesso fizeram com que surgissem podcasts de temáticas variadas para públicos bastante segmentados.

Nesse sentido, este artigo parte de revisão bibliográfica para debater a possível capacidade do podcasting de amplificar vozes outrora silenciadas e problematizar os possíveis modos de uso do modelo por grupos subalternos como forma de autorrepresentação em uma arena – também midiática – de luta por reconhecimento. O conceito de subalternidade será

explorado adiante, na elucidação de Spivak (2010), como definidor de camadas inferiores da sociedade impossibilitadas de participação social plena, e flexionado com as esferas do reconhecimento teorizadas por Axel Honneth (2003; 2009) para problematizar como as instâncias midiáticas colonizadas por dominantes silenciam as vozes dos subalternos. A discussão dos próximos parágrafos está centrada nessas argumentações.

2. Mídia, Subalternidade e Lutas por Reconhecimento

De maneira geral, o desenvolvimento midiático em países subalternos seguiu um padrão de acesso e representação que privilegiou extratos altos da camada social. Leung (2007) aponta que os meios de radiodifusão nesses países foram colonizados por uma classe média e branca. O acesso restritivo do rádio no Brasil na primeira metade do século XX é um retrato dessa cisão classista de acesso às mídias, visto que as emissoras pioneiras se mantinham graças ao pagamento de mensalidades por filiados, formando um público específico. Conforme aponta Ferraretto (2009), os membros dos clubes normalmente eram entusiastas das inovações tecnológicas, comerciantes, pessoas ligadas de alguma forma à educação ou interessadas em demonstrar um status social privilegiado.

Por mais que os bem intencionados interesses de Roquette-Pinto ao fundar a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro fossem de espalhar a educação e cultura para os rincões do país, não é possível dizer que os primeiros modelos de programação das rádios brasileiras foram populares. Além disso, como ressalta Del Bianco (1999, p. 2), “o alcance limitado das ondas radiofônicas e o preço elevado do aparelho para a população de baixa renda” fez com que até as décadas de 1950 e 1960 a disseminação de receptores no Brasil não fosse abrangente – o país era apenas a décima terceira nação latino-americana em número de aparelhos ao fim dos sessenta.

Mesmo com o desenvolvimento de tecnologias e políticas que possibilitaram um acesso mais difuso ao rádio e, mais tarde, à televisão, a mídia hegemônica se formou com bases elitistas sólidas, sendo controlada por poucos conglomerados familiares⁴ muitas vezes ligados a tradicionais grupos políticos locais. Dessa forma, as principais redes de comunicação do país se desenvolveram segundo interesses de alguns grupos com “recursos políticos, simbólicos ou econômicos suficientemente fortes para produzir agendas e tomada de decisão e influenciar a opinião pública” (AZEVEDO, 2006, p. 98-99). A associação histórica do sistema midiático brasileiro com as elites gerou uma desigualdade comunicativa, com baixa – ou falseada – representatividade das minorias sociais e pouca pluralidade de informações e opiniões. “A mídia brasileira de maior audiência é controlada, dirigida e editada, em sua maior parte, por uma elite econômica formada por homens brancos” (PASTI *et al.*, 2019). Por sua vez, essa consolidação da hegemonia tornou-se uma complexa relação de forças políticas, sociais e culturais, constituindo-se em uma maneira específica de dominação (GRAMSCI, 2002). Assim, é necessário considerar que as formas de exclusão de minorias étnicas e sociais das relações com a mídia não se dão apenas por fatores objetivos como preço, disponibilidade ou qualidade de conexão, mas também por formas simbólicas de exclusão que vêm sendo construídas e reproduzidas pelo discurso midiático hegemônico centrado em modelos de representação estadunidenses ou europeus.

Nesse momento, é possível e pertinente centralizar a discussão no conceito de subalternidade, justamente porque é um termo que trata de diferentes circunstâncias e contextos excludentes considerando tanto especificidades simbólicas quanto fatores diretos. A autora indiana Gayatri Spivak define de modo conclusivo e abrangente o conceito de subalternidade como um descritor das “camadas inferiores da sociedade constituídas por modos específicos de exclusão de mercados, de representação político-jurídica e de

⁴ Pesquisa realizada em 2017 pela organização internacional Repórteres Sem Fronteiras e pelo Coletivo Intervezes mostrou que cinco famílias controlam metade dos veículos de comunicação com maior audiência no Brasil (PASTI *et al.*, 2019).

possibilidade de participação plena em estratos sociais dominantes” (SPIVAK, 2005, p. 20, tradução nossa). Embora a discussão da autora não se centralize na mídia, é factível relacionar os discursos midiáticos tradicionais estabelecidos a partir de modelos dominantes como um reforço às posições sociais já estabelecidas que suprimem as vozes dos membros das camadas mais baixas da sociedade. Assim, o subalterno não pode falar, o subalterno no máximo é representado por discursos homogeneizantes, reducionistas e estereotipados.

Para Spivak (2010), o silenciamento do subalterno acontece de diferentes maneiras, seja pela supressão de seus valores ideológicos e identitários, dispersão da consciência coletiva de classe ou pelo desvio de sua representação para o interesse de outros sujeitos. Ainda é problemático até mesmo pensar em um desenvolvimento do poder do subalterno, já que a própria concepção de subalternidade vem de uma divisão feita pelo colonizador entre “sujeito” (dominante) e o “outro” (marginal). Como a autora esclarece, “o desenvolvimento do subalterno é complicado pelo projeto imperialista” que detém o poder de fala e as possibilidades de se escutar (SPIVAK, 2010, p. 55).

As dinâmicas de reconhecimento do subalterno ficam comprometidas por essa divisão que parte do dominante e pelas forças que atuam de cima para vituperar suas identidades culturais, seu poder de fala, autorrepresentação e qualquer possibilidade de ascensão simbólica ou dentro do extrato social – o outro continua sendo o outro e nunca sujeito. De acordo com Axel Honneth, “a dependência distintamente humana do reconhecimento intersubjetivo é sempre moldada pela maneira particular pela qual a concessão mútua de reconhecimento é institucionalizada em uma sociedade” (HONNETH, 2003, p. 138, tradução nossa). Essa institucionalização da concessão mútua de reconhecimento social se dá em diferentes instâncias, incluindo a midiática. As associações entre instâncias midiáticas e relações de reconhecimento intersubjetivo pretendidas neste texto são justificadas nas tessituras dos últimos parágrafos e explicitadas no acolhimento do argumento de Rousiley Maia (2018, p. 24)

que esclarece que “o processo de mediação empregado pela mídia é inevitável para a expansão das relações de reconhecimento e não reconhecimento”.

As discussões em torno da noção de reconhecimento (e não reconhecimento) têm se desenvolvido nos últimos anos, sobretudo, a partir da teoria de Honneth. Em “Lutas por reconhecimento”, o autor flexiona a filosofia do reconhecimento, de Hegel⁵, com os estudos de Mead sobre a formação de identidades⁶ para demonstrar que “a subjetividade, a autonomia e a agência do indivíduo são construídas *nas e por meio das* relações de reconhecimento recíproco com os outros” (MAIA, 2018, p. 43-44, grifos no original) em três esferas de interação: amor, direito e estima social, que serão explicitadas resumidamente nos próximos parágrafos sem perder o seu poder interpretativo para as discussões aqui propostas, mas igualmente sem alcançar a totalidade do entendimento analítico de Honneth.

A primeira esfera diz respeito às relações primárias estabelecidas por ligações afetivas fortes entre pessoas próximas, sejam pais/mães e filhos, amigos ou parceiros. Nessa esfera, o reconhecimento afetivo pode proporcionar o desenvolvimento da autoconfiança, independência e personalidade, já que “o reconhecimento que os indivíduos trazem reciprocamente para esse tipo de relacionamento é cuidar do bem-estar do outro à luz de suas necessidades individuais” (HONNETH, 2003, p. 139, tradução nossa). Para Honneth, a construção da identidade acontece no campo das relações intersubjetivas, já que, como demonstra a primeira esfera da teoria do reconhecimento, os sujeitos desde o começo são dependentes da relação com o outro. Assim, a constituição identitária é desde o início conflituosa, já que se constitui de um “equilíbrio precário entre autonomia e ligação” com o próximo (HONNETH, 2009, p. 170).

⁵ “Hegel dá ênfase ao papel intersubjetivo do reconhecimento na autorrealização de sujeitos na construção da liberdade individual” (ARAÚJO NETO, 2013, p. 53). Para o filósofo, a luta pelo reconhecimento gera “uma pressão intrassocial para o estabelecimento prático e político das instituições garantidoras de liberdade” (HONNETH, 2009, p. 29).

⁶ A teoria de Mead sobre identidade “ampliou a reflexão sobre o processo de interação social, significando a linguagem como elemento central para a formação social do self e da gênese constitutiva das identidades psicossociais” (SOUZA, 2011, p. 375).

Na segunda esfera, dos direitos, Honneth explica que a reciprocidade do reconhecimento está na autopercepção dos sujeitos como membros inseridos em uma sociedade, inscritos em normas morais e institucionais e dotados de capacidade de tomar decisões racionais e autônomas sobre essas normas. Não levando em conta a ordem hierárquica de valor e distanciando-se, dessa maneira, da esfera de estima social, o reconhecimento do sujeito possibilita a ele “participar de lutas pela expansão ou pelo aprofundamento tanto dos direitos universais como dos direitos específicos” (MAIA, 2018, p. 45).

A terceira esfera de reconhecimento, da estima social, está centrada nas conquistas do sujeito enquanto contribuição cooperativa. Entretanto, Honneth alerta que o ponto de referência para que algo conte como uma conquista, como uma realização é “a atividade econômica da burguesia independente, de classe média, masculina” (HONNETH, 2003, p. 141, tradução nossa). Dessa forma, a esfera da estima social está diretamente relacionada com a primeira esfera, pois o reconhecimento afetivo proporciona autoconfiança e independência, burlando aquele que seria o referencial da esfera de estima social.

As três esferas problematizadas por Honneth, abordadas aqui com base também na leitura de Rousiley Maia, devem ser entendidas dentro de modelos de interações sociais que “não podem ser praticados se seus princípios subjacentes não forem de alguma forma respeitados” (HONNETH, 2003, p. 143, tradução nossa). Dessa forma, as esferas de reconhecimento podem ser tangenciadas em interconexão com temporalidades e com singularidades de personalidade dos sujeitos em sociedade, uma vez que elas “representam modelos de interação normativamente substantivos, nos quais a natureza intersubjetiva dos seres humanos é expressa de maneira generalizável” (HONNETH, 2003, p. 143, tradução nossa).

Ainda de acordo com Axel Honneth, “a dependência distintamente humana do reconhecimento intersubjetivo é sempre moldada pela maneira particular pela qual a concessão mútua de reconhecimento é institucionalizada em uma sociedade” (HONNETH, 2003, p. 138,

tradução nossa). Essa institucionalização da concessão mútua de reconhecimento social se dá em diferentes instâncias, incluindo a midiática. O próximo tópico centra-se no potencial do podcasting para o reconhecimento e autorrepresentação dos grupos minoritários.

3. Podcasting como possibilidade para reconhecimento e autorrepresentação

Nas discussões tecidas até aqui, é possível perceber a importância das formas de autorrepresentação no processo de reconhecimento. Para Spivak (2010), ao representar o subalterno (no sentido de falar por), o dominante sempre vai buscar os seus próprios interesses. Essa forma “terceirizada” de representação não pode ser tomada como uma omissão ou resignação do subalterno, pois o processo de fala pressupõe um sujeito em posição discursiva e um ouvinte; o subalterno não consegue se colocar nesse espaço de diálogo porque sua voz estará intermediada por quem tem poder de fala, impossibilitando até mesmo a articulação de um discurso de resistência por parte do “outro”. Entretanto, “para o “verdadeiro” grupo subalterno, cuja identidade é a sua diferença, pode-se afirmar que não há nenhum sujeito subalterno irrepresentável que possa saber e falar por si mesmo” (SPIVAK, 2010, p. 60-61). Esses grupos estão buscando formas de se inserir e se autorrepresentar na arena midiática, sem depender da mediação falseada e estereotipada do dominante. É dessa forma que “as relações de estima social estão sujeitas a uma luta permanente na qual os diversos grupos procuram elevar, com os meios da força simbólica e em referência às finalidades gerais, o valor das capacidades associadas à sua forma de vida” (HONNETH, 2003, p. 207).

O pesquisador Tiziano Bonini (2020), evidencia que o podcasting nasceu no começo da década de 2000 e contribuiu para dar voz a produtores que não tinham possibilidade de concorrer com materiais das empresas tradicionais de mídia. Segundo o autor, o podcasting foi “adotado por milhares de cidadãos individuais e geeks ao redor do mundo (majoritariamente

ocidental e conectado à internet) curiosos para experimentar o meio como uma forma de expressão pessoal” (BONINI, 2020, p. 20). O fenômeno se popularizou rapidamente, com os conteúdos de alta especialização, atraindo um público *sui generis* de não apreciadores do rádio hertziano, mas normalmente de ouvintes entusiastas do assunto tratado no programa. Bonini aponta semelhanças entre o modo de surgimento do podcasting com outras formas de resistência midiática através do rádio em diferentes temporalidades, como o movimento das rádios livres ativistas e das rádios piratas europeias nas décadas de 1960 e 1970.

A lógica inicial de produção amadora foi paulatinamente sendo substituída pela qualidade de produção, diversidade de assuntos, novas possibilidades de distribuição e pela difusão de plataformas de rádio social⁷ como SoundCloud, Deezer e Spotify, contribuindo, assim, para o desenvolvimento do podcasting a partir desse momento. Para Bonini, a grande possibilidade que o podcasting trouxe foi de tornar o público também em produtor, de forma com que “o novo público emergente da hibridação das tecnologias de radiodifusão e TIC é em rede. [...] De todas as mudanças que a cultura de rede pode nos trazer, a reconfiguração da esfera pública provavelmente será a mais significativa” (BONINI, 2015, p. 16, tradução nossa). Essa reconfiguração da esfera pública está presente na multiplicidade de temáticas abrangidas pelos mais diversos produtores de podcasts. Com base no conceito de públicos em rede, Ito (2008) esclarece que esses novos públicos, que também são produtores, estão “engajados em cultura e conhecimento compartilhados através do discurso e do intercâmbio social, bem como através de atos de recepção da mídia” (ITO, 2008, p. 2, tradução nossa).

A diversificação de produtores com características dos públicos em rede, a especialização de conteúdos e as novas formas de distribuição de via podcasting possibilitaram o surgimento de programas que tratam dos mais variados temas, incluindo

⁷ “Os serviços de rádio social têm múltiplas configurações, operando tanto como difusor on-line de conteúdos radiofônicos tradicionais (programas, boletins e comentários veiculados originalmente em ondas hertzianas) quanto como plataforma para experiências diversas, incluindo a construção de redes proprietárias que agregam ferramentas de comunicação interpessoal, pública e/ou privada, produção de áudio on-line, transmissões ao vivo via streaming e variadas formas de interação com conteúdos postados” (KISCHINHEVSKY & CAMPOS, 2015, p. 207).

pautas de cunho social e referentes às minorias, como as pautas da comunidade LGBTQIA+, feminismos, racismo e direitos das pessoas com deficiência. Como atenta Kischinhevsky (2016, p. 70), “o podcasting pode ser usado como parte de estratégia de visibilidade de diversos atores sociais”.

Por mais que assuma a parca existência de estudos que analisem os conteúdos midiáticos produzidos por grupos subalternos, este artigo não se propõe a tomar para si tal responsabilidade, visto que não é objetivo do texto. Entretanto, como forma de declinar de um possível caráter generalizante, é possível trazer exemplos de podcasts que se vinculam a grupos e assuntos historicamente silenciados. Em trabalho que versa sobre as contribuições que o podcasting oferece para a visibilidade de um discurso feminista e de gênero, Soares e Vicente (2021), citam programas que, na acepção da pesquisadora e do pesquisador, se inserem nas lutas identitárias, disputas por reconhecimento e representatividade dessas narrativas silenciadas na grande mídia. São eles: “Mamilos”; “Maria Vai Com as Outras”; “Mulheres que Escrevem”, “Feito por elas”; “Olhares”, “Nós, Mulheres Negras”; “Ventre Nós”; “Conexão Feminista”; “Redomas” e “Gordacast”. Em sentido parecido, mas voltando seu olhar para a compreensão do papel social do podcast como mídia potencializadora de vozes e vivências LGBTQIA+, Boeni (2020) alude a uma série de podcasts apresentados por pessoas que fazem parte dessa comunidade, citando, entre outros, os programas “Poc de Cultura”; “E aí, gay?”; “Um Milkshake Chamado Wanda” e “Santíssima Trindade das Perucas”. É interesse das autoras e do autor do presente texto, para pesquisas futuras, promover uma análise empírica abrangente de podcasts que se vinculam a grupos considerados subalternos.

Por ora é possível salientar que a popularização do podcasting pode favorecer os grupos subalternos nessa luta permanente por reconhecimento, porque permite que a força simbólica desses grupos saia de uma conformação específica de movimentos sociais e debates acadêmicos. O podcasting, desse modo, seria uma forma de contra poder, quebrando hegemonias e possibilitando que os “outros” se coloquem no território de disputa. Como explica

Castells, “as relações de poder, que são as relações que constituem o princípio de todas as sociedades, bem como os processos que desafiam as relações de poder institucionalizadas, são cada vez mais moldados e decididos no campo da comunicação” (CASTELLS, 2007, p. 239, tradução nossa). Essa consideração também coloca a teoria do reconhecimento em associação com dinâmicas do campo comunicacional. Ainda no entendimento do sociólogo espanhol, a diversidade dos atores sociais faz com que a natureza das relações de poder seja conflitante. “Portanto, a relação entre tecnologia, comunicação e poder reflete valores e interesses opostos e envolve uma pluralidade de atores sociais em conflito” (CASTELLS, 2007, p. 239, tradução nossa). O contra-poder é a capacidade de um ator social resistir a essas relações institucionalizadas ou dominantes e desafiar privilégios. Onde há poder há contra-poder, há disputa, há resistência. Mas como resistir na esfera midiática se a voz do subalterno é sempre silenciada? Como a minoria pode ser resistência na esfera midiática se sua representação é sempre distorcida?

Conforme reflete João Freire Filho, “a construção (ou supressão) de significados, identificações, prazeres e conhecimentos – nos espaços e mercados midiáticos – envolve, necessariamente, a disputa pela hegemonia entre grupos sociais dominantes e subordinados” (FREIRE FILHO, 2005, p. 21). Essa disputa tem reflexos nas esferas do reconhecimento e negação de reconhecimento porque as formas de resistência ao desrespeito ou à supressão de significados identitários dependem

[...] de como está constituído o entorno político e cultural dos sujeitos atingidos - somente quando o meio de articulação de um movimento social está disponível é que a experiência de desrespeito pode tornar-se uma fonte de motivação para ações de resistência política (HONNETH, 2009, p. 224).

As redes expandem as lógicas geográficas e temporais do entorno político e cultural dos sujeitos. Assim, o podcasting não representa uma forma de resistência per si, mas pode ser considerado uma arena discursiva paralela (FRASER, 1989) com capacidade de expandir os meios de articulação dos subalternos e as possibilidades de autorrepresentação desses

sujeitos ou grupos que “inventam e circulam contradiscursos, com objetivo de construir interpretações oposicionistas de suas identidades, seus interesses e suas necessidades” (FREIRE FILHO, 2005, p. 27). Entretanto, a tomada de consciência das contradições da vida material não é algo imediato, pois a percepção de mundo de sujeitos nem sempre é coerente com a realidade vivida, devido ao senso comum que, de acordo com Gramsci (2011), faz parte do folclore da filosofia e pode se apresentar de várias formas, tendo como característica principal o fato de ser uma “concepção desagregada, incoerente, inconsequente, conforme a posição social e cultural das multidões das quais ele é a filosofia” (GRAMSCI, 2011, p. 115). O que é reforçado nas conformações sistêmicas de exclusão de grupos subalternos, que criaram distorções profundas nas formas de representações e nos níveis de reconhecimento desses sujeitos, fazendo com que até mesmo a autorrepresentação seja comprometida. Existe então por parte desses grupos também uma luta por autorrepresentação – aproximada da luta por reconhecimento.

Assim, o podcasting na arena midiática se apresenta como oportunidade de articulação dos movimentos sociais e grupos subalternos, possibilitando que eles arvoram na sociedade o valor social de seus membros e chamem a “atenção da esfera pública para a importância negligenciada das propriedades e das capacidades representadas por eles de modo coletivo” (HONNETH, 2003, p. 207-208). Nesse sentido, Spivak (2010, p. 61) aciona Foucault para concordar que tornar visível o que não é visto pode também significar uma mudança de nível, dirigindo-se a uma camada de material que, até então, não tinha tido pertinência alguma para a história e que não havia sido reconhecida como tendo qualquer valor moral, estético ou histórico.

Reafirmando a possibilidade do podcasting como forma de articulação e visibilidade de grupos e temáticas subalternas, é preciso colocar em questão, entretanto, que o meio também representa uma arena midiática de disputa por representação e reconhecimento. Em meio a uma nova guinada direitista que pode ser vista no mundo todo (RANGEL, 2018), o podcasting

também é utilizado por grupos conservadores e dominantes para reverberar seus ideais excludentes. Além disso, é necessário levar em conta a colonização dos sistemas de comunicação pelo dominante e também as dificuldades e impossibilidades de acesso a tecnologias digitais em periferias e áreas rurais de países como o Brasil. Como exemplo, a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD Contínua) mostrou que, em 2016, 30% dos domicílios brasileiros não possuíam acesso à internet (CORRÊA & RIBEIRO, 2018). Com exceções, esses grupos seguem sem possibilidade de fala, recebendo exclusivamente o problemático discurso midiático tradicional eivado de representações falseadas e interesses escusos dos conglomerados de comunicação.

4. Apontamentos finais

É evidente que a cultura do podcasting alterou as estruturas da radiodifusão e também são inegáveis as possibilidades de seus usos como propagador de conteúdos silenciados pela mídia tradicional. Pelo viés das múltiplas temáticas, da relativa facilidade técnica de produção e de formas de distribuição dinamizadas, o podcasting expandiu o acesso a assuntos pautados por grupos subalternos, se apresentando como uma alternativa para autor-representação e uma importante ferramenta nas lutas por reconhecimento de grupos excluídos. Entretanto, é preciso ponderar que as formas de exclusão são variegadas e, por mais que o podcasting represente esse canal mais aberto que as mídias tradicionais, as vozes subalternas ainda são silenciadas por um sistema de mídia que historicamente privilegiou grupos dominantes. É necessário levar em conta fatores técnicos e econômicos que impossibilitam o acesso à internet para mais de 60 milhões de brasileiros, principalmente moradores periféricos.

Formas de exclusão de minorias étnicas e sociais das relações com a mídia não se dão apenas por fatores objetivos como preço, disponibilidade ou qualidade de conexão, mas

também por formas simbólicas de exclusão que vêm sendo construídas e reproduzidas pelo discurso midiático hegemônico centrado em modelos de representação estadunidenses ou europeus. Nesse sentido, o podcasting figura sim como uma forma de resistência para grupos subalternos já que oportuniza uma pluralidade de representações mais amplas e não estereotipadas, indo além da mirada eurocêntrica sobre os discursos de diversidade e legitimidade – é o “outro” falando sobre si próprio. Dessa forma, grupos e sujeitos que nunca tiveram a possibilidade de falar sobre si, de representar suas próprias realidades estão usando o podcasting para tal – as vozes ainda são subalternas, mas agora estão presentes na arena midiática de luta por reconhecimento.

REFERÊNCIAS

- Araújo Neto, J. C. (2013). A filosofia do reconhecimento: as contribuições de Axel Honneth a essa categoria. *Kíneses*, 5(9), 52-69.
- Azevedo, F. (2006). Mídia e democracia no Brasil: relações entre o sistema de mídia e o sistema político. *Opinião Pública*, 12(1), 88-113. <https://doi.org/10.1590/S0104-62762006000100004>
- Boeni, R. (2020). *O podcast como voz da diversidade: uma análise da produção LGBTQIA+ na podosfera a partir do programa Poc de Cultura* [Trabalho de Conclusão de Curso, Universidade Federal do Pampa].
- Bonini, T. (2015). The listener as producer: the rise of the networked listener. In Bonini, T. & Monclus, B. (Eds.), *Radio Audiences and Participation in the Age of Network Society*. Routledge.
- Bonini, T. (2020). A “segunda era” do podcasting: reenquadrando o podcasting como um novo meio digital massivo (M. Kischinhevsky, Trad). *Radiofonias — Revista de Estudos em Mídia Sonora*, Mariana-MG, 11(1), 13-32.
- Castells, M. (2007). Communication, Power and Counter-power in the Network Society. *International Journal of Communication*, 1(1), 1-29.

Cetic. (2017). Domicílios com acesso à internet. *Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos domicílios brasileiros - TIC Domicílios*, 2017.

Corrêa, M. & Ribeiro, E. (2018, fevereiro 21). Brasil ainda tem 21 milhões de lares sem internet. *O Globo*. <https://glo.bo/2OPTpYn>.

Couldry, N. (2010). *Why voice matters: Culture and politics after neoliberalism*. Sage.

Del Bianco, N. (1999). Tendências da Programação Radiofônica nos Anos 90 sob o Impacto das Inovações Tecnológicas. In Del Bianco, N. & Moreira, S. V (Eds.), *Rádio no Brasil: Tendências e Perspectivas*. EDUERJ.

Ferraretto, L. A. (2009). Rádio e capitalismo no Brasil: uma abordagem histórica. In Haussen, D. & Brittos, V. (Eds.), *Economia política, comunicação e cultura: aportes teóricos e temas emergentes na agenda política brasileira*. Editora da PUCRS.

Fraser, N. (1989). *Unruly practices: Power, discourse and gender in contemporary social theory*. University of Minnesota Press.

Freire Filho, J. (2005). Força de expressão: construção, consumo e contestação das representações midiáticas das minorias. *Revista FAMECOS*, 12(28), 18-29. <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2005.28.3333>.

Gramsci, A. (2002). *Cadernos do cárcere – Volume 5*. Civilização Brasileira.

Gramsci, A. (2011). *Cadernos do cárcere – Volume 1 (5ª ed.)*. Civilização Brasileira.

Honneth, A. (2003). Redistribution as Recognition: a response to Nancy Fraser. In N. Fraser & A. Honneth (Orgs.), *Redistribution or recognition?: A political-philosophical exchange* (J. Golb, J. Ingram & C. Wilke, Trad.). Verso.

Honneth, A. (2009). *Luta por Reconhecimento: a gramática moral dos conflitos sociais (2ª ed.)*. Editora 34.

Ito, M. (2008). Introduction. In Varnelis, K. (Ed.), *Networked Publics*. MIT Press.

Kischinhevsky, M. (2016). *Rádio e mídias sociais: mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais de comunicação*. Mauad X.

Kischinhevsky, M. & Campos, L. B. (2015). Rádio social: novos intermediários da indústria da música. *Novos Olhares*, 4(1), 205-220. <https://doi.org/10.11606/issn.2238-7714.no.2015.86410>

Leung, L. (2007). *Etnicidad virtual: raza, resistencia y world wide web*. Gedisa.

Lopez, D. C. (2010). *Radiojornalismo hipermidiático: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio all news brasileiro em um contexto de convergência tecnológica*. LabCom.

Maia, R. C. M. (2018). *Mídia e lutas por reconhecimento*. Paulus.

Pasti, André (coord.) et al. (2019). Media Ownership Monitor Brasil. *Intervozes*. <http://brazil.mom-rsf.org/br/>.

Prata, N. (2009). *Webradio: novos gêneros, novas formas de interação*. Insular.

Rangel, P. (2018) Guinada conservadora em políticas de gênero na América Latina: reflexões iniciais. *Cadernos Adenauer*, 1(18), 211-227.

Soares, R. & Vicente, E. (2021). Áudio e ativismo social: Uso das práticas do podcast para a visibilidade de um discurso feminista. In R. Radakovich & A. Wortman (coords.), *Nuevas mutaciones en el consumo cultural en el siglo XXI*. ALAS.

Souza, R. F. (2011). George Herbert Mead: contribuições para a história da psicologia social. *Psicologia Social*, 23(2), 369-378. <https://doi.org/10.1590/S0102-71822011000200018>.

Spivak, G. (2005). Foreword: Upon Reading the Companion to Postcolonial Studies. In H. Schwarz & S. Ray (Eds.), *A Companion to Postcolonial Studies*. Blackwell Publishing.

Spivak, G. (2010). *Pode o subalterno falar?*(S. Goulart Almeida, M. Feitosa & A. Pereira, Trad.). UFMG.