As Mulheres Estão Dominando a Podosfera

No Brasil, em 2019, foi registrado um crescimento de 67% no consumo desse formato. O país ficou elencado como segundo maior mercado de podcasts no mundo, atrás apenas dos Estados Unidos.

Um podcast é semelhante a um programa de rádio, mas não é. Em vez de ter uma hora determinada para ir ao ar, pode ser ouvido quando e onde quiser. E em vez de sintonizar numa estação de rádio, sua localização se dá através da internet, de graça.

Dá para escutar em sites, plataformas de música ou em aplicativos só de podcast no celular, para ir ouvindo no trânsito, lavando louça, na praia ou na academia...

A ABPod (Associação Brasileira de Podcasters) publicou que há mais de 7 mil programas ativos no país. Segundo dados do Spotify, o Brasil já é o segundo maior consumidor do formato, atrás apenas dos Estados Unidos.

O publicitário Guilherme Antonio Santos Oliveira, 26 anos, no início deste ano, teve a ideia de criar um podcast e convidou suas amigas, também publicitárias, Aline Pilon (30), Gabriela Bernardes (25) e Jaqueline Cristina (26) para fazerem parte da equipe e serem a linha de frente na apresentação do programa. A proposta chamou atenção delas que toparam na hora. “Como somos garotas geek e fãs da cultura pop vimos uma ótima oportunidade de mostrar a visão feminina do mundo nerd”, revela a publicitária Aline Pilon.

Com assuntos focados nos universos do pop oriental e ocidental, falam de animes, filmes, séries. O Geekast é um projeto pensado e apresentado por mulheres que transmitem com humor, a perspectiva feminina sobre o mundo geek, tema que antes parecia restrito ao sexo masculino.

Ainda pensando em conteúdo pouco comentado, Naiara Lima e Mirielen Campos produzem o programa “Meu nome não é Não”, direcionado para um público bem nichado e específico. “Nosso público é quem trabalha com pets ou estuda comportamento animal, ou ainda tutores de cães que são super comprometidos e estão em busca de informações mais aprofundadas”, disse Naiara Lima em entrevista.

Apesar de serem bem populares no Brasil, os podcasts ainda tem números predominantemente masculinos, tanto de ouvintes como de produtores. Segundo levantamento do Podsin do ano passado, apenas 11,9% dos podcasts brasileiros são apresentados ou produzidos por mulheres. Nos Estados Unidos, a realidade é outra, uma vez que a audiência feminina atingiu 46% de mulheres em 2019, de acordo com dados da Edison Research.

Geekast

Inspiradas em outros podcasts do gênero nerdcast, produzidos por homens, as meninas quiseram mostrar que mulheres também entendem do assunto.

Mulheres Podcasters: Um cenário em expansão

> "As mulheres têm conquistado cada vez mais espaço no mundo em geral, pois temos capacidade e criatividade para criar conteúdo de qualidade."

Mesmo sendo um programa apenas em áudio, os podcasts exigem equipamentos de captação de áudio de qualidade para garantir um bom produto final e garantir a audiência dos ouvintes, mesmo assim a podosfera ainda é muito viável para criação de conteúdos. "Creio que com vídeo, as pessoas não prestem tanta atenção na qualidade de áudio, já no podcast é cem por cento o áudio que conta, então é preciso de microfones de alta qualidade e uma boa edição para manter o público preso ao conteúdo (...) além de termos mais liberdade quanto ao tempo dos episódios. Em vídeo se tem uma média de 10 minutos para que as pessoas realmente assistam até o final, já no podcast podemos fazer episódios de até uma hora tendo um ótimo alcance", afirma Giovanna, participante do Sapataria.

"Escolhemos esse canal devido a ascensão do consumo deste tipo de mídia, além do que, temos uma facilidade maior quando o assunto é produção" conta a publicitaria Aline, do Geekast.

Embora os números ainda sejam pequenos, as mulheres cada vez mais têm lutado para ganhar espaço nesse novo formato de áudio. É aí que Camila Pupulin (22), Giovanna Soares (21), Karina Machado da Silva (23), Lisiane Andriolli Danieli (27) e Marina Montzel (21), cinco garotas lésbicas resolvem criar a "Sapataria", podcast que trata de assuntos relacionados a lesbiandade e feminismo. "Apesar de existirem podcasts que tratam de assuntos lésbicos, não vimos em nenhum, um aporte teórico e priorização de pautas lesbofeministas. Assim, tivemos como referência mulheres que, por meio de outras mídias, levam discussões e conteúdo lésbico e feminista para outras mulheres. A maioria dos episódios são de caráter informativo, mas procuramos proporcionar episódios de entretenimento para que não fique tão teórico, então em alguns episódios falamos sobre nossas vivências", explicou Giovanna.

As novas gerações veem o formato de podcasts como o "novo rádio", uma mídia mais democrática no sentido de permitir a produção de conteúdos alternativos e que muitas vezes não são abordados pelos meios tradicionais. É aí que as mulheres aproveitam para ganhar visibilidade. "Essa plataforma dá oportunidade para todos gêneros e nichos. E as mulheres tem conquistado cada vez mais espaço no mundo em geral, pois temos capacidade e criatividade para criar conteúdos de qualidade – conta Aline, apresentadora do Geekast".

Sapataria

'De mulher para mulher', essa é uma curta definição do conteúdo que o Sapataria apresenta a suas ouvintes.

Meu Nome Não É Não

Com a proposta de oferecer conteúdos diferentes, o Meu Nome Não é Não aborda a temática de comportamento animal.

As escolhas e os desafios de mulheres que fazem podcast

Foram aspectos como esses que motivaram ainda mais duas catarinenses a criarem há um ano o "Donas da P@#$% Toda", em que as duas amigas compartilham experiências e dão dicas sobre o empreendedorismo feminino. "Ambas temos pequenos negócios e desafios nas nossas carreiras, também consumíamos podcasts. Então, numa dessas conversas, quando falávamos de como era bom ter com quem dividir e como seria difícil para quem não tinha essa amiga tão próxima vivendo experiências similares, a Larissa soltou a ideia. Logo já vieram outras referências e montamos o projeto" diz Marina Melz, que é formada em jornalismo e parceira de apresentação do podcast.

> "Toda falta de representatividade é ruim. Não é diferente com as mídias e não seria diferente com os podcasts."

O processo de produção e pós-produção é fundamental para um bom resultado. Desde o roteiro, passando pela gravação e finalmente chegando na edição. E é nessa última etapa que muitas sentem dificuldades, já que, historicamente as áreas de tecnologia, sempre foram dominadas predominantemente por homens. "Fomos aprender a editar áudio por necessidade mesmo, temos uma integrante que já fez edição de vídeo e então tem mais facilidade com edição de áudio. Se algum dia conseguíssemos contratar uma sapatão para realizar uma edição de ponta, com maior qualidade de restauração de áudio, aumentaria muito a qualidade dos episódios", afirma Giovanna.

Com o podcast de conteúdo Nerd, Geekast, a equipe de cinco pessoas (quatro delas mulheres), tem uma realidade um pouco mais simples, graças a graduação em publicidade e propaganda que cursaram. "Em nosso caso, desde a faculdade, investimos em cursos paralelos para adquirir conhecimentos necessários para dominar os softwares de edição, sejam eles de vídeo, áudio ou mesmo edição de imagens (...) desta forma todos nós estamos capacitados para cuidar das nossas redes sociais e trabalhar com a edição do podcast", afirma Aline Pilon..

Assim também é o caso da jornalista Nayara "Aprendemos na marra (risos). Meu histórico de jornalista e assessora de impressa me ajudou. Sempre gostei da área técnica do jornalismo. Indo pra comunicação pública ou privada, é importante saber ou no mínimo entender um pouco de tudo também". Ela acrescenta que

Donas da P@#$ Toda

Consumidoras natas de podcasts, Larissa e Marina resolveram investir no formato de áudio tratando de empreendedorismo feminino.

Créditos: Apnéia Filmes

> "É, sim, necessária uma quantidade maior de vozes plurais para que a ferramenta não só chegue a todos, mas represente a todos"

mesmo com o histórico, as duas integrantes precisaram contratar um editor para auxiliá-las com o trabalho.

Outro fator que muitas vezes impede a popularização de mulheres produzindo podcasts é a falta de representatividade nesse espaço, conforme já citado, o Brasil ainda tem um número baixo de ouvintes e podcasters do sexo feminino. Felizmente, essa realidade tem se revertido. "Toda falta de representatividade é ruim. Não é diferente com as mídias e não seria diferente com os podcasts. O que temos feito é tentado contribuir com informações, divulgação e apoio para que outras mulheres participem da podosfera. Mesmo sendo minoria, acreditamos que é possível que outras mulheres vejam o podcast como uma oportunidade de se expressarem", conta Marina Melz, do "Donas da P@#$% Toda".

Ela salienta estar feliz que o movimento de mulheres está migrando para a plataforma e, para ela e a parceira Larissa Guerra "É, sim, necessária uma quantidade maior de vozes plurais para que a ferramenta não só chegue a todos, mas represente a todos".

"A falta de representatividade feminina nas produções de podcasts não é necessariamente um fator negativo, mas pode ser considerado como um combustível para que as mulheres comecem a produzir mais e mostrar todo o seu potencial e seus diferenciais em todo o processo de produção, desde a elaboração do roteiro, até a edição do programa", conclui Aline.

A "Podosfera"

De acordo com pesquisa do Ibope, 40% de usuários da internet no Brasil são também ouvintes de podcasts

Um levantamento feito pela plataforma Deezer registrou um crescimento de 67% no consumo de Podcasts no Brasil em 2019

Segundo o Spotify, o Brasil é o segundo maior consumidor desse formato no mundo, ficando atrás apenas dos Estados Unidos.

Segundo o PodSin, no Brasil, apenas 11,9% dos Podcasts são produzidos/apresentados por mulheres.

Repórteres:
Ana Carolina Zanieruskinos
Crisane Marcelino Passos
Rodrigo Arakaki Machado

Diagramação:
João Rafael Peres
Julia Braghetto
Pedro Stocco
Renato Mello
Victoria Klarissa