

O *podcast* como mídia instrutiva: uma análise do programa Mamilos e o seu jornalismo de peito aberto

BARRETO, Esane de Sousa¹
FERRAZ, Talita de Kassia da Silva²

RESUMO: Este trabalho procura promover uma discussão acerca das principais características do *podcast* e de suas possibilidades junto aos seus consumidores. Para isso, pontua alguns conceitos importantes, como a crise no jornalismo, cibercultura, opinião pública, e ainda contextualiza a forma como o *podcast* é produzido e consumido. Como recorte, este estudo apropria-se do programa Mamilos, no episódio “Alter do Chão: paraíso em disputa”, a fim de ilustrar o aprofundamento temático que essa mídia digital pode proporcionar aos ouvintes e também a sua possível influência no comportamento da sociedade. Esta pesquisa busca identificar se o *podcast* pode, de fato, ser considerado uma mídia instrutiva capaz de tornar-se uma ferramenta de apoio para que o jornalismo retome sua função social de fomentar o pensamento crítico dos indivíduos.

PALAVRAS-CHAVE: Podcast, Mamilos, opinião pública, mídia digital, jornalismo.

1. INTRODUÇÃO

Em tempos de pós-verdade - expressão usada para designar a circunstância em que fatos objetivos parecem menos capazes de influenciar a construção da opinião pública do que apelos à emoção e às crenças pessoais - uma discussão plural, que apresenta diferentes pontos de vista sobre um assunto relevante, nunca foi tão importante para a formação crítica de uma sociedade (SENLE, 2017).

Debater jornalismo, considerando suas funções sociais e o contexto da opinião pública para estimular uma sociedade capaz do ponto de vista da autonomia da reflexão, é fundamental, nesses termos. O fato, entretanto, é que o jornalismo enfrenta uma crise provocada pelo paradoxo de ter o interesse público como objetivo, ou seja, um jornalismo voltado à cidadania, porém, sendo ele, o jornalismo, uma engrenagem em um sistema empresarial, voltado à necessidade de gerar melhores resultados financeiros, um jornalismo voltado ao mercado.

¹ Estudante de graduação do 8º período do curso de Jornalismo do Centro Universitário Fundação Assis Gurgacz. E-mail: esanebarreto@gmail.com.

² Orientadora do trabalho. Pós-graduada em Mídias Sociais pelo Centro Universitário Fundação Assis Gurgacz e professora na mesma instituição. E-mail: talitaferaz@fag.edu.br.

Com isso, é necessário fazer uma investigação sobre as novas mídias que estão surgindo como, por exemplo, o *podcast*, e suas possibilidades de tornar-se uma alternativa jornalística para recuperar, em parte, a função social de investigar causas e consequências dos fatos de relevância pública.

O *podcast* tem aberto espaço para um jornalismo que procura se reinventar e reconquistar credibilidade junto à população. Através da acessibilidade e generosidade de informações que a mídia digital permite, oferecendo liberdade para o público, de forma que ele consuma assuntos de seu interesse com uma profundidade que a programação normal não possibilitaria. Outro diferencial da plataforma é oportunidade de reproduzir no formato *on demand*³, no qual o ouvinte tem autonomia para consumir o conteúdo quando, onde e no dispositivo que desejar, ou seja, o ouvinte deixa de ser refém das mídias tradicionais.

Não pretende-se esgotar a discussão sobre o assunto, mas ao menos levantar os questionamentos: o *podcast*, como mídia alternativa, consegue atender ao desafio de aprofundamento temático que o jornalismo *hard news*, a princípio, não consegue cumprir? Seria ele capaz de fomentar o resgate da formação crítica da opinião pública? O *podcast* é um meio de informação fundamental em tempos de mídias sociais?

Para dar materialidade e limite à pesquisa proposta, o objeto da análise será o *podcast* Mamilos – Jornalismo de peito aberto, apresentado por Juliana Wallauer e Cris Bartis, veiculado, originalmente, na plataforma de *streaming* Brainstorm⁴. A escolha pelo programa se deu pela sua audiência e popularidade. Uma pesquisa realizada pela AbPod (Associação Brasileira de Podcast), em 2019, identificou que o Mamilos manteve-se em 3º lugar, por duas vezes consecutivas, entre os mais ouvidos no Brasil. Em síntese, o programa se propõe a discutir os temas polêmicos apresentando diversos argumentos e diferentes visões para que os ouvintes formem sua opinião de maneira crítica, como veremos de forma mais aprofundada no decorrer do trabalho.

Para guiar esta pesquisa, foi realizado um levantamento bibliográfico de conceitos relevantes para tentar chegar aos objetivos propostos, conceitos estes

³ Tradução: sob demanda.

⁴ Além de ser uma plataforma de streaming na qual agrega diversos programas de podcast, inclusive o Mamilos, o Brainstorm9 – mais conhecido por B9 – também é um portal de notícias dos mais diversos temas. Disponível em: <https://www.b9.com.br/>.

fundamentados por teóricos como Jürgen Habermas, Armand e Michèle Mattelart, Walter Lippmann, Pierre Lévy, Henry Jenkins, Guy Debord, Juan Bordenave, entre outros. É realizado um levantamento de caráter exploratório e qualitativo, a partir de análises das interações dos ouvintes do Mamilos, feitas de maneira espontânea, nos perfis do programa nas redes sociais: Twitter e Instagram.

Sublinhadas essas questões, numa tentativa de evidenciar um cenário para o jornalismo nesses tempos de pós-verdade, estudar o podcast como alternativa para o jornalismo se reconectar às funções sociais e aos interesses do público - que ainda tem o direito de acesso às informações completas - parece se justificar oportunamente.

Na melhor das hipóteses, o jornalismo se aproxima dos ideais de um jornalismo público. Na pior, aprende-se mais sobre as características e potencialidades de um formato cada dia mais popular em tempos digitais, mais ao sabor da demanda dialógica, em que o outro é tratado como indivíduo e não como coisa, mero consumidor.

2. INTERESSES MERCADOLÓGICOS E O JORNALISMO EM CRISE

No embate do jornalismo, dividido entre cidadania e mercado, a notícia acabou, ao longo dos anos, submetida à técnica, numa lógica industrial. Como efeito geral, o relato jornalístico, aos poucos, passou a se dedicar mais aos registros dos agendamentos do que às explicações e análises sobre causas e consequências dos fatos e acontecimentos.

Colocado isso nos termos das mais consagradas técnicas jornalísticas, a pirâmide invertida e o lide, é como se o jornalismo, com o tempo, fosse ressignificando as perguntas estruturantes do jornalismo - o quê, quem, quando, onde, como e por quê - passando a dar mais atenção para as quatro primeiras, na medida em que passou a negligenciar (até para atender às tais leis de mercado) os esforços para buscar respostas para as duas últimas, logo elas que, em tese, seriam capazes de permitir o aprofundamento temático e de reaproximar o jornalismo do chamado espaço público.

Uma crise jornalística nascida na primeira metade do século passado - quando as práticas artesanais de produção foram substituídas pelas técnicas profissionais industrializantes -, se avolumou e colocou desafios estruturantes para o jornalismo, com

a chegada das mídias eletrônicas, como o rádio, a TV e, por último, a internet, com sua realidade digital. O jornalismo, originalmente impresso, precisou aprender a competir com a rapidez do rádio e com a TV.

Os frankfurtianos, da chamada Escola do Pensamento Crítico, já em meados do século XX, diziam que por meio de um modo industrial de produção obtém-se uma cultura de massa feita de uma série de objetos (mercadorias), que trazem de maneira bem manifesta a marca da indústria cultural, ou seja, a serialização, a padronização e a divisão do trabalho (MATTELART, 2000).

Jürgen Habermas, escreveu, nos anos de 1960, o livro “O Espaço Público – Arqueologia da Publicidade como dimensão constitutiva da sociedade”, que constitui pano de fundo de suas teses sobre a racionalização. Ele tenta mostrar o declínio do chamado espaço público. Como ambiente de mediação entre o estado e a sociedade, esse espaço permitia a discussão pública dos grandes temas em um dialogismo entre a força da razão e a riqueza da troca de argumentos entre indivíduos, num confronto de ideias e de opiniões esclarecidas (MATTELART, 2000).

Ainda sobre “O Espaço Público”, Habermas escreve que com o desenvolvimento de leis de mercado, sua intrusão na esfera de produção cultural - inclusive do jornalismo -, colocou no lugar dessa argumentação, desse princípio de publicidade e dessa comunicação pública, formas de comunicação cada vez mais inspiradas em um modelo comercial de “fabricação de opinião” (HABERMAS, 1962 *apud* Mattelart, 2000, p.82). Ou seja, em vez de trazer elementos para a construção da opinião pública, a mídia passava a vender opiniões prontas como mercadorias acabadas.

Não por acaso, o próprio Habermas (1962), conforme Mattelart (2000), disse que isso equivaleria a uma espécie de “refeudalização” (HABERMAS, 1962 *apud* Mattelart, 2000, p.82) da sociedade, em que as mentes das pessoas seriam novamente colonizadas, mas agora pelas opiniões fabricadas. Era tirada da sociedade a possibilidade de construir uma opinião pública fundamentada não nas emoções, tradições e crenças (como ocorreria ainda agora, na era da pós verdade), mas na informação plural, nos argumentos fundamentos e na razão. Nesse cenário, conforme Habermas alertava, o

cidadão passava a se tornar um consumidor, de comportamento meramente emocional e aclamatório e a comunicação pública dissolvia-se em atitudes estereotipadas, de recepção isolada.

Outro frankfurtiano, Herbert Marcuse, denunciou em sua obra sobre racionalidade técnica, novas formas da dominação política em tempos de indústria cultural: sob a aparência de um mundo cada vez mais modelado pela tecnologia e pela ciência, consolidava-se a irracionalidade de um modelo de organização da sociedade que subjuga o indivíduo em vez de libertá-lo. Para ele, essa racionalidade técnica reduziu o discurso e o pensamento a uma única dimensão, promovendo um acordo entre a coisa e a função, entre a realidade e a aparência (MATTELART, 2000). Nos termos dos pesquisadores da Escola de Frankfurt, seria possível o jornalismo resgatar seu papel de herdeiro dos espaços públicos de debate dos grandes temas sociais?

O jornalismo, quando se ocupa mais em responder aquelas quatro primeiras perguntas do lide (O quê? Quem? Quando? Onde?), em atenção às necessidades mercadológicas do negócio comunicação, negligenciando as duas últimas perguntas (Como? Por que?), fundamentais para o aprofundamento do tema, acaba por contribuir para subjugar o indivíduo, submetendo-o a uma opinião fabricada, em vez de libertá-lo, de promover sua autonomia do pensamento, oferecendo informações completas e aprofundadas. Até porque, lembra-se aqui, acesso à informação completa e plural, é um direito do cidadão.⁵

3. A EVOLUÇÃO DAS TECNOLOGIAS E AS CRISES NO JORNALISMO

As tecnologias aparecem sempre como parceiras do jornalismo, quando se observa suas fases históricas. O papel, a prensa, a eletricidade, as ondas eletromagnéticas, o satélite, a internet, as redes sociais. Ao mesmo tempo em que esses parceiros permitiram avanços na qualidade ou no alcance jornalísticos, pressionaram – e alguns ainda pressionam - o jornalismo, impondo novos desafios.

⁵ Ver Lei de Acesso à Informação (LAI), nº 12.527 de 18 de novembro de 2011, implementada na Administração Pública Federal no ano de 2012, a partir do Decreto nº 7.724 de 16 de maio de 2012. Disponível em: https://www.gov.br/acessoainformacao/pt-br/central-de-conteudo/publicacoes/arquivos/aplicacao_lai_2edicao.pdf

Hoje, por exemplo, o jornalista se vê obrigado a produzir informações para um consumidor nascido e crescido na sociedade midiaticizada, num ambiente digital, nos termos de Thompson (1998 e 2005). Conforme ele, nessa sociedade “midiática”, desenvolve-se uma cultura igualmente “midiática”, o que impossibilita a existência de uma instância que seja, dessa sociedade, em que não se tenha uma relação profunda com a mídia e que não esteja obviamente marcada por ela.

Transformado por essa tecnologia digital da mídia contemporânea, por exemplo, temos um novo consumidor, que exige não apenas informações do cotidiano sobre fatos e acontecimentos, traduzidas pela técnica jornalística, mas também suficientes para atender suas demandas pessoais o que, em grande medida, significa contemplar desejos de entretenimento, inclusive. Ele quer se informar, mas de forma leve, descontraída, até. E não quer só consumir. Ele também sente o desejo de compartilhar, porque também quer participar do processo de comunicação, de forma ativa.

Esse novo consumidor exige interatividade, instantaneidade, convergência midiática. É um tipo de consumidor nada passivo, quando se compara ao consumidor tradicional de notícias, de há pouco mais de 30 anos, que lia e assinava jornais e revistas, ouvia rádio ou assistia TV aberta para se informar.

Esse usuário do ambiente digital não pressiona só o jornalismo. Até mesmo as empresas/marcas precisam estar atentas a esse novo perfil. O antigo consumidor, passivo, pertence a uma geração disruptiva. Isso significa dizer que ele também participa do processo produtivo. Em outras palavras, não tem como pensar em produzir para essa geração sem permitir a ela participar ativamente do processo produtivo.

Os desafios, que sempre foram impostos à práxis jornalística pelas tecnologias, na medida em que surgiam, foram intensificados nos últimos 30 anos, especialmente a partir do início do século 21, quando o surgimento das tecnologias não só se intensificou como se aprofundou e se acelerou.

Porém, se não temos teorias contemporâneas suficientemente atuais, é possível procurar compreender os fenômenos à luz de teorias clássicas, num exercício de abstração. Em termos gerais, por exemplo, Mattelart (2000), traz a teoria crítica com

enquadramentos que nos ajudam a definir o que se pode considerar como a lógica por trás dessa crise do jornalismo. Embora Mattelart não falasse especificamente do jornalismo, ao escrever sobre a indústria cultural, ideologia e poder, nos dá algumas pistas para compreender um pouco melhor os motivos dessa referida crise.

A indústria cultural fixa de maneira exemplar a derrocada da cultura, sua queda na mercadoria. A transformação do ato cultural em valor suprime sua função crítica e nele dissolve os traços de uma experiência autêntica. A produção industrial sela a degradação do papel filosófico-existencial da cultura. (MATELLART, 2000, pg.78).

No contexto do conceito de indústria cultural, encontrado na ótica dos pesquisadores da Escola de Frankfurt, vale destacar Marcuse (1973), que já denunciava, nos anos de 1960, a importância das técnicas e das tecnologias como nova forma ideológica de dominação. Para ele, um mundo cada vez mais modelado e remodelado pelas tecnologias e pela ciência, incorre numa certa irracionalidade, uma razão instrumental, que subjuga o indivíduo, porque o que era para ser apenas a instrumentalização das coisas, instrumentalizou o homem, que passa a ter atitudes meramente reativas, acríticas, como uma máquina, por exemplo. Para ele, ao criar uma dimensão técnica como única, esse mundo tecnológico anularia o espaço do pensamento crítico na medida em que subjuga o indivíduo, dominado por uma racionalidade técnica.

Essa racionalidade técnica, a que se referiram os teóricos de Frankfurt, podemos aqui colocar como uma possível explicação para a crise que o jornalismo enfrenta, historicamente, com o avanço das tecnologias. Os jornalistas precisaram se adaptar às novas técnicas, foram remodelados por elas. E, deixando de lado a função social, clássica – na medida em que são subjugados pelo pensamento hegemônico do capital – se afastaram do público, cada vez mais considerado apenas como consumidor ou fonte. É como se o jornalismo tivesse sucumbido ao negócio da comunicação, afastando-se de sua origem.

Ainda como forma de buscar fundamentos para se tentar compreender a crise enfrentada pelo jornalismo a cada nova tecnologia que surge, é possível também buscar contribuições em McLuhan (2006), quando conceitua que o meio é mensagem. “Isto apenas significa que as consequências sociais e pessoais de qualquer meio – ou seja, de

qualquer uma das extensões de nós mesmos – constituem o resultado do novo estalão introduzido em nossas vidas por uma nova tecnologia ou extensão de nós mesmos” (McLUHAN, 2006, pg. 21). Ou seja, apesar do conteúdo, mais importante é perceber as mudanças que as tecnologias introduzem em nossas relações com pessoas ou organizações. E, porque não, no fazer jornalístico.

O pesquisador, ícone do determinismo tecnológico, explicava que a mensagem de qualquer meio ou tecnologia é a mudança de escala, a cadência ou padrão que essa tecnologia introduz nas coisas humanas. Segundo McLuhan, o meio é mensagem porque é o meio que configura e controla a proporção e a forma das ações e associações humanas. “O conteúdo ou uso desses meios são tão diversos quão ineficazes na estruturação da forma das associações humanas”, explicou McLuhan (2006, pg.23). Aliás, McLuhan conclui que não deixava de ser bastante típico que o “conteúdo” de qualquer meio deixe o usuário cego – inconsciente – para a natureza desse mesmo meio.

4. UM AMBIENTE MEDIATIZADO

Uma vez fundamentada a visão aqui defendida de que as tecnologias digitais pressionaram o jornalismo e cobram mudanças na prática profissional, é preciso ainda consolidar, teoricamente, o entendimento de que as tecnologias mudam a sociedade, igualmente, criando um ambiente específico.

O jornalismo tem sido provocado a mudar por conta das tecnologias que precisa usar. Isso tem alterado a rotina de produção, a lógica das relações dos jornalistas com as fontes, os limites para obter um entrevistado e, principalmente, a relação existente com os consumidores de informação. Hoje, por exemplo, jornalistas dos grandes veículos são questionados, são confrontados pelos consumidores nas redes sociais. O jornalista do mundo digital é rastreável, é conhecido nas redes sociais. Ele não é mais o jornalista anônimo na multidão do mundo analógico porque o consumidor de notícias também não é mais o ser analógico e passivo da época em que o jornalismo consolidou suas técnicas e procedimentos mais famosos no mundo ocidental, como o lide, a pirâmide invertida.

Nos moldes do pensamento de McLuhan (2006), as tecnologias digitais exercem forte influência no cotidiano das relações sociais. Essa tecnologia criou um ambiente

todo próprio. Assim como é difícil imaginar como seria nosso meio ambiente sem a energia elétrica – porque como disse McLuhan, o meio tem por tradição silenciar a consciência do usuário sobre a natureza do próprio meio – atualmente é praticamente impossível pensar como seria a realidade das relações sociais sem as tecnologias digitais.

Baitello Júnior (2005) também pensou em prós e contras das tecnologias quando classificou a história da mídia e seu impacto em nossa cultura, a partir das tecnologias disponíveis. Isso ajuda em nossas reflexões sobre esse novo ambiente. Ele desenvolveu uma tese sobre o “pensamento sentado” (BAITELLO Jr., 2005, pg 37) para demonstrar o efeito das mídias terciárias nas relações sociais. Esse conceito nos será útil novamente, mais à frente, neste trabalho, quando formos debater opinião pública.

“Pensamento sentado” é o tipo de pensamento domesticado, conformado, por um tipo de mídia que, de tão veloz e intensa, tirou das pessoas atingidas o necessário tempo lento da decifração. Sem tempo hábil e capacidade de devorar todas as informações da mídia, somos devorados por ela, numa redefinição que o autor faz do conhecido enigma da esfinge que, segundo a mitologia grega, abordava os transeuntes fazendo uma charada: “decifra-me ou te devoro”. O pesquisador discorre sobre a sedação que a mídia provoca na sociedade contemporânea.

Em busca de se comunicar mais e melhor em sua história, o homem pode contar com uma ajuda definitiva quando se descobriu a eletricidade, que permitiu o surgimento da mídia eletrônica. Na comunicação isso trouxe o telégrafo, o telefone, o rádio, a tv, a internet, numa sequência de evoluções que permitiram ao homem finalmente vencer os limites do aqui e do agora em suas demandas de comunicação.

Uma verdadeira revolução ocorreu na comunicação humana a partir de então. Já não era mais um se comunicando com milhões, como nos primórdios da mídia analógica. A mídia terciária abriu a possibilidade de milhões se comunicarem com outros milhões, simultaneamente. A convergência já não era mais uma promessa, mas uma realidade. Todo consumidor de informação, potencialmente, passou a ser capaz de

produzir e reproduzir informação, fazendo aumentar e acelerar o fluxo de informações em nossa sociedade.

Conforme Baitello Jr. (2005), de outro lado, porém, essa mídia terciária, veloz, intensa, irrefreável – cujos limites parecem ainda desconhecidos - cobra um preço alto da sociedade que a consome e não consegue mais hoje viver sem ela: a mídia terciária tirou de nós, seus usuários, o tempo lento da decifração, que a mídia secundária trouxe como generosidade. E não nos esqueçamos de uma das conclusões de McLuhan (2006), segundo a qual o meio tem por característica provocar cegueira nos usuários sobre a natureza do próprio meio. Ou seja, de repente, a sociedade não percebe que está consumindo informações sem interpretá-las criticamente, sem a devida decifração delas.

A mídia terciária multiplicou possibilidades de comunicação, elevando-a a uma escala exponencial. Acelerou e intensificou a comunicação. O fluxo é tão intenso que hoje parece não haver mais tempo necessário para consumir, com qualidade crítica, tanta informação. Sem tempo para decifrar, somos devorados pela mídia. E a vida, toda, é midiaticizada, como se um grande espetáculo, nos termos de Debord (1997), em que a sociedade, alienada, se mostra satisfeita em parecer ser - ao invés de ser -, dada a preferência pela imagem.

5. CIBERCULTURA E O AMBIENTE CONVERGENTE

Todos esse contexto nos leva a um ambiente cultural que vem sendo tese de trabalhos científicos já há algumas décadas. Lévy (1999), por exemplo, falou em cibercultura como forma de teorizar as mudanças sociais decorrentes das novas tecnologias. Numa outra vertente, Jenkins (2010) mostra como o velho e o novo se cruzam no mundo da comunicação, mostrando um novo momento vivido pela indústria cultural, de aumento na intensidade com que o público manifesta o desejo de se apropriar dos conteúdos para poder, ela mesma, difundi-los. Ele fala de uma cultura convergente.

Assim, cibercultura e convergência se tornam conceitos igualmente centrais em nossos diálogos teóricos para contextualizar o papel (ou possibilidades) do podcast para

o jornalismo, numa espécie de resgate da opinião pública racional, nos termos de Lippman (2008).

Lévy (1999) escreveu que pensar cibercultura consiste apenas em reconhecer dois fatos:

Em primeiro lugar, que o crescimento do ciberespaço resulta de um movimento internacional de jovens ávidos para experimentar, coletivamente, formas de comunicação diferentes daquelas que as mídias clássicas nos propõem. Em segundo lugar, que estamos vivendo a abertura de um novo espaço de comunicação, e cabe apenas a nós explorar as potencialidades mais positivas deste espaço nos planos econômico, político, cultural e humano (LÉVY, 1999, pg.11).

Para Lévy (1999), o chamado ciberespaço, ou simplesmente, a rede, como ele mesmo se referiu, se trata de um novo meio de comunicação, nascido na interconexão mundial de computadores. Lévy, no entanto, explicava que esse termo, cibercultura, não deveria especificar apenas a infraestrutura material da comunicação digital, mas, antes, precisava ser compreendido como uma referência a um “universo oceânico de informações” (pg. 17) que ele acolhe, bem como também o conjunto de seres humanos que navegam, alimentam e se alimentam desse universo. “Quanto ao neologismo “cibercultura”, especifica aqui o conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço” (LÉVY, 1999, pg. 17).

Assim, para o autor, o ciberespaço é produto de um movimento social específico, liderado pela juventude “metropolitana e escolarizada (pg. 123), que passou a usar verdadeiras palavras de ordem, da nova ordem, - interconexão, criação de comunidades virtuais, inteligência coletiva – e suas aspirações.

Em suas análises, Lévy (1999) conclui que esses três princípios sustentaram o crescimento do ciberespaço. Para ele,

A interconexão para a interatividade é supostamente boa, quaisquer que sejam os terminais, os indivíduos, o lugares e momentos que ela coloca em contato. As comunidades virtuais parecem ser um excelente meio (entre centenas de outros) para socializar, quer suas finalidades sejam lúdicas, econômicas ou intelectuais, quer seus centros de interesse sejam sérios, frívolos ou escandalosos. A inteligência coletiva, enfim, seria o modo de realização da humanidade que a rede

digital universal felizmente favorece, sem que saibamos a priori em direção a quais resultados tendem as organizações que colocam em sinergia seus recursos intelectuais (LÉVY, 1999, pg. 132).

Com essa análise, Lévy concluiu que o programa da cibercultura é o universal sem totalidade. Ao pensar os impactos da cibercultura em alguns sistemas específicos da sociedade, como o da educação e da formação, Lévy traz conceitos importantes para a análise que pretendemos aqui. Qualquer reflexão sobre o futuro desses sistemas, disse, deveria ser fundada em uma análise prévia na mutação das relações com o saber. E o saber é questão central para debatermos, mais à frente, a opinião pública como uma das contribuições sob responsabilidade do jornalismo.

Sobre essas reflexões, Lévy apontou:

(...) a primeira constatação diz respeito à velocidade de surgimento e de renovação dos saberes e *savoir-faire*⁶... A segunda constatação, fortemente ligada à primeira, diz respeito à nova natureza do trabalho, cuja parte de transação de conhecimentos não pára de crescer... Terceira constatação: o ciberespaço suporta tecnologias intelectuais que amplificam, exteriorizam e modificam numerosas funções cognitivas humanas: memória... imaginação... percepção... raciocínio (LÉVY, 1999, pg.157).

Memória e raciocínio são temas centrais nas discussões sobre a formação da opinião pública, daí o interesse particular em contextualizá-las nesse trabalho. O termo cibercultura, a partir dos raciocínios de Lévy, é fundamental nesse trabalho para justificar as premissas de democratização no consumo, produção e distribuição de conteúdo, no contexto das tecnologias digitais de comunicação. Premissas que ajudam na problematização na constituição da opinião pública para o jornalismo, que perdeu o protagonismo que exerceu durante o período das tecnologias analógicas do mundo da comunicação, ou das chamadas mídias tradicionais (jornais, revistas, rádio e a tv aberta, anteriores às tecnologias digitais).

As palavras de ordem empunhadas pela juventude protagonista das demandas que fizeram crescer o ciberespaço, a que se refere Lévy (1999), foram atualizadas com o passar dos anos. Em pouco tempo, algumas foram sendo ressignificadas e passou a se falar de convergências, por exemplo. Aliás, na chamada era digital, em que as coisas

⁶ *Savoir-faire* no sentido de perícia, conhecimento processual, ou seja, know-how, capacidade.

caem rapidamente em desuso, por se tornarem obsoletas diante das mudanças cada vez mais rápidas, as palavras também perdem sentido. Multimídia e interatividade, por exemplo, caíram em desuso, mas não porque aquilo a que se referem tenha deixado de valer, mas porque elas passaram a ser incapazes de dizer tudo que há sobre o conceito a que se referem.

Convergência é uma expressão que começou a ser usada já nos anos 70, como referência aos processos técnicos, para basicamente descrever a propriedade de dispositivos que aglomeram uma série de funções. Um aparelho moderno, por exemplo, capaz de agregar mais funções, e que, por isso, promete substituir um ou mais aparelhos antigos, que desempenhavam funções em separado. É possível encontrar essa abordagem já em Negroponte (1995).

Jenkins (2010) por exemplo, ajudou a ampliar o entendimento sobre o significado do que é convergente. Ele repele a acepção técnica que normalmente predomina ao se falar de convergência para defender o uso do termo para compreender o surgimento de uma forma ativa de se consumir cultura, uma forma viabilizada pelas tecnologias digitais.

As pessoas não mais assistiam aos filmes, séries, novelas, ou liam livros e ouviam música como faziam antes das tecnologias digitais. No ambiente convergente, com a cultura da convergência, segundo Jenkins (2010), as pessoas passaram a continuar consumindo tudo isso, porém, as relações delas com essa produção não se encerravam no consumo, em si. As pessoas passaram, então, a comentar, editar, parodiar, criticar e compartilhar as séries, filmes, livros, músicas, histórias. E, porque não, informações (e só quem fazia isso, massiva e profissionalmente, antes, era o jornalismo).

A convergência, técnica e processual, despertou um novo tipo de consumo, novos hábitos, que fundaram uma nova cultura, a cultura da convergência. Conceito que impacta a produção e o consumo de todo e qualquer artefato, mercadoria, produto ou serviço.

6. OPINIÃO PÚBLICA E A CRISE NO JORNALISMO

O ser humano provavelmente vem dependendo da formação de opinião pública desde as cavernas, quando começou a mediatizar suas experiências cotidianas com pinturas nas paredes. Não precisa de muito esforço para imaginar que haja um certo consenso de que aquelas pinturas ensinaram a caça, por exemplo, a gerações futuras. Desde o século XV, com a criação de Gutenberg, a imprensa se viabilizou tecnologicamente, se consolidou como serviço e caiu no gosto popular, entrando para a cultura social. E o homem passou a aprender mais rapidamente sobre tudo, seus direitos, deveres, costumes, hábitos. Esse rápido exercício de abstração se presta aqui para pensarmos na imprensa, desde a idade média, como algo indissociável da cidadania, da formação de opinião pública.

Ao discutir a técnica do jornalismo, tendo como pano de fundo sua composição histórica, Lage (1985) lembra que a lógica da estrutura da notícia, em seu início, era a acumulação. Ela trazia informações novas capazes de orientar o público em seus negócios. Segundo Lage, (1985) nos primeiros jornais, ainda no século XV, a notícia aparecia como fator de acumulação de capital mercantil: uma região seca, sob catástrofe, indicava que certa produção não entraria no mercado e uma área extra de consumo se abriria na reconstrução. Da mesma forma, a notícia sobre uma guerra em determinada região significava uma rota a ser evitada ou oportunidades de negócio pontuais.

Nessa primeira fase, o jornal não era feito com intenções de ser comercializado. Eram instrumentos que defendiam os interesses políticos e econômicos apenas. E, conforme Lage (1985), os homens faziam os jornais para influenciar pessoas e transformar a estrutura de poder então existente. “A influência na opinião pública era ideológica - com exceção de alguns jornais que prestavam serviços” (LAGE, 1985, pg. 37).

Mas só no século XVII que surge, na Inglaterra, a expressão opinião pública, conforme Lage (1985). Decorrente de grandes mudanças no mundo ocidental da época, com a implantação do modelo parlamentar pelos ingleses, pela revolução dos franceses,

pela consolidação da democracia norte americana em sua independência. Nesse período, consolidou-se de forma ampla o princípio de cidadania, com a ideia de direitos e deveres individuais e com a população querendo participar ativamente das atribuições do Estado. Lage (1985) diz que é nesse contexto que surge o conceito de opinião pública, na Inglaterra.

Para Habermas (1984), a palavra opinião tinha vários significados. Um deles, a partir do termo latim, “opinio”, que significa juízo sem certeza, não plenamente demonstrado. Com as evoluções na sociedade organizada no mundo ocidental, o jornalismo ganha importância, assumindo a função social de traduzir os fatos sociais em acontecimentos noticiáveis, fazendo a mediação entre o estado e a sociedade. Esse contexto fica bem marcado em Erbolato (2002).

A necessidade de interpretar e explicar as notícias é manifesta. A vida tornou-se tão complicada e variada, nas múltiplas atividades, que mesmo os especialistas se desorientam em seus próprios campos de conhecimento. O homem mortal comum, perdido no labirinto da economia, da ciência e das invenções, pede que alguém lhe dê a mão e o acompanhe em seus passos, através de tanta complexidade. Por isso, o jornalismo moderno se encarrega não só de noticiar os fatos e as teorias, mas proporciona ainda ao leitor uma explicação sobre eles, interpretando e mostrando seus antecedentes e perspectivas. Tudo isso com o propósito de ajudar o homem a compreender melhor o significado do que lê e ouve (ERBOLATO, 2002: 32-33).

Bordenave (1982), ao discutir os fundamentos da comunicação, diz: “O impacto dos meios sobre as ideias, as emoções, o comportamento econômico e político das pessoas, cresceu tanto que se converteu em fator fundamental de poder e domínio em todos os campos da atividade humana” (BORDENAVE, 1982, pg. 33).

Porém, quando o jornalismo, em suas funções sociais, é pressionado pelo negócio da comunicação na lógica do capital, como indústria, ele passa a priorizar o maior volume possível de notícias, organizando-se por áreas como economia, esportes, política, polícia, cultura e entretenimento, entre outras, justamente para abranger o maior público possível, no sentido de aumentar o consumo.

Nestes termos, já desenvolvidos neste trabalho, os veículos de comunicação passam a priorizar as notícias factuais, consolidando o modelo *hard news*. Com espaço

e tempo limitados, mais as pressões econômicas que acabam quase sempre cortando custos e reduzindo pessoal nas redações, logo as notícias passaram perder qualidade das informações, quando as empresas trocaram profundidade por quantidade.

O jornalismo vive uma crise importante na contemporaneidade. Não bastasse esses aspectos da pressão do negócio, em sua lógica capital, ele perdeu o protagonismo de narrar o cotidiano, hoje difuso pelos perfis dos indivíduos nas redes sociais das tecnologias digitais.

A busca pelo factual, pelo novo, confere um grau de superficialidade às informações divulgadas. O conteúdo é adaptado ao veículo, que na sua maioria, não possui um espaço significativo para cada assunto. É necessário optar pelas informações essenciais, pois o espaço ou tempo são escassos. O jornalismo *hard news* ficou raso e muito homogêneo em todos os canais e meios.

Assim, tem-se como premissa neste trabalho que uma das alternativas possíveis para o jornalismo recuperar seu protagonismo junto à opinião pública, seria retomar os investimentos no chamado jornalismo especializado, aquele jornalismo que praticamente abandona a vertente do *hard news*. O jornalismo especializado é aquele marcado pelas grandes reportagens, pelas entrevistas exclusivas, enfim, pelos gêneros que permitem uma abordagem em profundidade dos temas.

Se o *hard news* prioriza buscar respostas para “o quê?”, “quem?”. “quando?” e “onde?” – o especializado procura os antecedentes completos sobre os fatos narrados, se ocupando em demonstrar causas e consequências sobre os acontecimentos de interesse público. Ou seja, o especializado sempre procura focar em buscar respostas para o “como?” e “porque?”, quando consideramos as perguntas estruturantes do lide nas técnicas jornalísticas.

Porém, reconhece-se aqui também uma certa dificuldade em investir no jornalismo especializado. Se tecnicamente ele parece uma alternativa viável para o jornalismo, do ponto de vista do negócio, ele significa um jornalismo muito mais caro, por exigir mais gente, mais tempo e mais espaço para ser produzido e veiculado.

Tavares (2012) cita, em sua pesquisa, autores espanhóis e franceses para delimitar os conceitos de jornalismo especializado. Nos anos de 1970, já afirmavam que caberia à especialização jornalística diagnosticar os problemas da sociedade atual segundo certa área de interesse, discutindo possíveis soluções e servindo para formar nos leitores uma consciência crítica. A especialização – ou a “*expertización con universalidad*” – poderia ser não apenas uma “coluna vertebral” para um novo jornalismo que servisse melhor aos interesses da sociedade, mas também um espaço fundante de uma nova concepção de empresa informativa.

Para Tavares (2012), se tomarmos essas proposições é interessante observar um determinado movimento:

Seja de um ponto de vista mais “aplicado”, seja de um ponto de vista mais “reflexivo”, todas elas colocam o jornalismo face a sociedade e o jornalismo face a si mesmo. A especialização jornalística ou o jornalismo especializado, consideradas suas diferenças e aproximações terminológicas, são perspectivadas segundo sua relação intrínseca com um jogo histórico de tensionamento entre os campos sociais e a prática jornalística, bem como segundo demandas resultantes dessa mesma tensão forjadas no interior do próprio campo jornalístico e de suas teorias. Algo que, ao mesmo tempo em que configura a necessidade de uma delimitação, confere a esta, certas incompletudes (TAVARES, 2012, pg. 100).

Assim, parece claro que o jornalismo atua de forma estruturante na composição do que chamamos de opinião pública. No entanto, esse conceito também precisa ser melhor compreendido para, então, avaliar um possível resgate do papel do jornalismo através de um jornalismo especializado, em profundidade, praticado no formato dos *podcasts*, como alternativa de resposta às pressões do negócio comunicação.

Andrade (1964) ponderava há mais de meio século que embora os meios de comunicação e o progresso educacional estivessem evoluindo aceleradamente, as pessoas nem sempre estão bem informadas “pois a latitude e a longitude dos problemas as impedem de obter informes em número suficiente para que possam opinar de maneira racional” (ANDRADE, 1964, pg 107).

Para ele, um problema grave na constituição da opinião pública é a complexidade das questões levantadas, o que, de certo modo, afastaria o homem comum

dos problemas de alta indagação. “O que, na realidade, existe, é a massa que aceita, por comodismo, os pontos de vista dos grupos relativamente pequenos, porém, detentores dos melhores veículos de comunicação” (Idem, pg. 108).

Andrade (1964) concluiu que pela complexidade da vida moderna, dificulta-se também compreender os procedimentos do homem moderno, na sociedade de massa. Segundo ele, já era normal que o indivíduo se mostrasse consciente e racional em algumas atitudes e opiniões e, em outros momentos, agisse movido apenas por sentimentos e emoções. Para ele, as pessoas eram motivadas tanto pela razão quanto pela emoção, num certo equilíbrio, quebrado apenas pela propaganda (como conteúdo geral da mídia), que levaria as pessoas a agirem em virtude de considerações emotivas, deixando a razão e a reflexão apenas como *background* de suas ações.

Andrade (1964) diz que o próprio conceito de opinião pública faz supor a discussão racional de controvérsias de interesse geral, o que implicaria também a procura do entendimento entre os membros da sociedade. Porém, advertia, o antigo ideal de homem inteligente e bem informado, que recorre à crítica e à reflexão para chegar a conclusões racionais a respeito das controvérsias levantadas, “não constitui uma realidade em todos os sentidos” (Idem, pg. 109).

A ideia central de Lippmann (2008), publicada em 1922, é que a opinião pública é construída a partir das reações dos seres humanos a um mundo percebido, ou desenhado nas suas mentes. Esta imagem de mundo, construída por vários processos ou atalhos cognitivos, é chamada por ele de “pseudoambiente”. Estereótipias, sinalizações de eventos feitos pelos meios de comunicação e outros são mecanismos que constroem este pseudoambiente.

Aqueles aspectos do mundo exterior, que tem a ver com o comportamento de outros seres humanos, na medida em que o comportamento cruza com o nosso, que é dependente do nosso, ou que nos é interessante, podemos chamar rudemente de opinião pública. As imagens na cabeça destes seres humanos, a imagem de si próprios, dos outros. De suas necessidades, propósitos e relacionamento, são suas opiniões públicas. Aquelas imagens que são feitas por grupos de pessoas, ou por indivíduos agindo em nome dos grupos, é Opinião Pública com letras maiúsculas (LIPPMANN, 2008, pg 40).

Para Lippmann (2008), quando as pessoas procuram, racionalmente, emitir suas opiniões, deve-se levar em conta que elas possuem em sua mente uma ampla série de lembranças, ideias e principalmente imagens estereotipadas que fazem brotar um aspecto de irracionalidade que precisa ser levado em consideração. Ou seja, em resumo, a opinião pública, que deveria ser construída a partir do acesso e análise dos pontos de vista plurais sobre os temas de relevância, mediante a exposição de dados e argumentação, acaba sendo construída a partir de estereótipos, das crenças e das lembranças, porque a sociedade costuma agir com base nas emoções.

À luz dos conceitos aqui demonstrados, especialmente a partir de Lippmann, parece meio óbvio que o caminho do jornalismo, no sentido de contribuir para a estruturação de uma opinião pública racional sobre os temas de interesse, é justamente trazer à tona, em seus relatos, a pluralidade de pontos de vista e argumentos sobre tais temas, de forma a permitir que a opinião pública fermente. Inclusive, há de se considerar que o jornalismo especializado – que pode ser resgatado nas instâncias digitais por não imporem mais os limites de tempo e páginas - em razão dos custos - encontrados nas mídias tradicionais – permite aos jornalistas fugirem do factual, conteúdo típico do *hard news*.

Mas, sem o factual, sem o agendamento diário, o que sobra como pauta pro jornalismo? Parece que nada. Porém, eliminando o factual, sobra tudo que é profundo na sociedade, sobra seu *ethos*, ou seja, conjunto de costumes, valores, hábitos, comportamentos. E o jornalismo, ao aprofundar os temas em seus múltiplos pontos de vista, pode, inclusive, trazer o *ethos* à tona dos debates e mostrar como essa cultura, esses hábitos e costumes podem influenciar e enquadrar a visão que se tem sobre os temas. Essa alternativa parece viável quando se olha para os novos formatos nascidos nas mídias digitais, a exemplo dos *podcasts*, como veremos a seguir.

7. A ERA DOS *PODCASTS* E O JORNALISMO DE PEITO ABERTO

O presente estudo só foi possível porque em 2004 era consolidada uma nova mídia digital que anos depois ficou mundialmente conhecida e consumida, o *podcast*. A

plataforma se tornou popular por reunir diferentes conteúdos independentes, os temas variam desde política até cultura *pop*, e são consumidos no modelo *on demand*.

Para Foschini e Taddei (2006), *podcast* é um meio rápido de disseminar sons pela internet, o neologismo foi criado a partir da junção de duas palavras: o prefixo “*pod*” proveniente do termo *iPod*, tocador de arquivos digitais de áudio fabricado pela empresa *Apple Computer*, com o sufixo “*casting*”, que é derivado de *broadcasting*, que significa transmissão, em inglês.

No *podcast*, o indivíduo é livre para consumir o conteúdo quando, onde e no dispositivo que desejar. O ouvinte deixa de ser refém da imposição das mídias tradicionais. Ouvir um *podcast* não é como ouvir a uma rádio onde se diz, “o que será que está passando?”, mas é mais uma ferramenta criativa onde se diz “vou ouvir o que eu quero”.

A PodPesquisa 2018, apontou também que 92,1% dos ouvintes consomem *podcast* a partir de *smartphones*, o que mostra a acessibilidade oferecida por essa mídia que já faz parte da rotina de milhares de pessoas, já que mais da metade dos usuários (51,1%) diz ouvir *podcast* todos os dias, enquanto 32,5% afirmam escutar de 3 a 6 dias por semana e dedicam média de duas a três horas do seu dia para acompanhar a programação sob demanda (PODPESQUISA, 2018).

Debates, apresentação e entrevistas são os formatos de maior interesse do público. A PodPesquisa 2018 trouxe que 75,4% dizem se interessar por debates, onde duas ou mais pessoas discutem pontos de vista diferentes, 66,8% se interessam pelo formato de apresentação, onde o apresentador do *podcast* explana e opina sobre um determinado tema e 55,5% são atraídos pelo modelo de entrevistas.

O interesse pelo *podcast* vai além do entretenimento, há busca também por informação e aprendizado. É o que revela a pesquisa de 2018: 80,7% dos consumidores dizem ouvir para aprender coisas novas e 79,9% para se informar, o que qualifica esse formato de áudio como uma mídia educativa e instrutiva.

Compreendendo, portanto, a importância da opinião pública, a partir do viés teórico sustentado até aqui, uma alternativa para sua possível recuperação racional seria

a retomada do diálogo. Assim, os formatos jornalísticos como entrevistas de profundidade e grandes reportagens, poderiam ser considerados caminhos naturais para o jornalismo assumir o protagonismo da construção racional das opiniões. Em tempos de preferência escancarada pela internet, no ambiente digital, esses formatos parecem encontrar eco no *podcast*, cada vez mais popular.

Isso justifica a escolha, neste estudo, pelo programa *Mamilos - Jornalismo de peito aberto*. Em texto de apresentação do programa, Wallauer (2019) diz:

O que a gente faz é jornalismo de peito aberto, discutimos os temas polêmicos, apresentando diversos argumentos e discutimos diferentes visões para que você ouvinte forme a sua opinião de maneira crítica. De forma colaborativa, a gente recebe especialistas inspiradores e buscamos com curiosidade e humildade desenvolver um jornalismo mais interessado em construir pontes de que em provar pontos (WALLAUER, 2019)

O *Mamilos* exhibe episódios semanais e o critério de escolha para as pautas são temas, considerados polêmicos, que são discutidos nas redes sociais e ganharam proporções midiáticas. A proposta do programa, segundo sua apresentação no site B9⁷, é levar para mesa (estúdio) do debate um aprofundamento do assunto com empatia, respeito, bom humor e tolerância. Apresentando diversos argumentos e visões para que os ouvintes formem opinião com mais embasamento.

A escolha pelos *Mamilos* se deu por sua popularidade e destaque nas duas edições da PodPesquisa (2018 e 2019)⁸. O programa aparece entre os três *podcasts* preferidos dos ouvintes, mantendo-se na 3ª posição por 2 vezes consecutivas. Em 2018, dentre os top 10 *podcasts* mais ouvidos e em 2019, esteve entre os 20 mais citados na pesquisa. Numa pesquisa de retrospectiva feita em 2019⁹ pelo Spotify (serviço de *streaming* de música, *podcast* e vídeo), o *Mamilos* aparece em 2º lugar no Top 10 *podcasts* mais ouvidos da década. Ainda em 2019, o iTunes (reprodutor de áudio e vídeo desenvolvido pela *Apple Computer*) divulgou uma lista com os melhores *podcasts* do ano, e o *Mamilos* também apareceu em 2º lugar.

⁷ Disponível em: “Sobre” <https://www.b9.com.br/shows/mamilos/>.

⁸ PodPesquisa 2019 disponível em: <https://bit.ly/2TY7aaj>. Acesso em 02/04/2020.

⁹ Disponível em: <https://www.consumidormoderno.com.br/2019/12/03/spotify-artistas-podcasts-decada/>. Acesso em 08/11/2020.

Para aprofundar a análise, foi escolhido o episódio de número 229, “Alter do Chão: Paraíso em Disputa”¹⁰. O tema gerou 58.368 *streamings*¹¹ e teve a audiência de 39.824 ouvintes. O episódio rendeu também uma menção honrosa¹², no ano de 2020, na categoria Documentários em *Podcasts* no *The Webby Awards*¹³ – o principal prêmio internacional que homenageia a excelência na Internet, apresentado anualmente pela Academia Internacional de Artes e Ciências Digitais, desde 1997.

8. ALTER DO CHÃO: PARAÍSO EM DISPUTA

A vinheta “Teta, senta que lá vem polêmica” precede a introdução ao tema do episódio de número 229, que foi ao ar em 09 de dezembro de 2019. Para ambientar o público às histórias em que eles estavam prestes a ouvir, o programa optou por usar uma música regional, “Saudade da Aldeia”, da artista indígena Djuena Tikuna. O clima foi criado para que as apresentadoras Juliana Wallauer e Cris Bartis explicassem por que escolheram o tema.

“Quando o programa “Povos Indígenas: de onde viemos e para onde vamos” foi ao ar, em agosto desse ano (exibido em agosto de 2019), muitas pessoas entraram em contato para conversar sobre o conteúdo. Entre elas um ouvinte que trabalha com turismo e nos fez o convite irrecusável pra conhecer a Amazônia e o Rio Tapajós. [...] A gente ficou super empolgada, e aí pensou – óbvio – que além de curtir a viagem, ia dar pra produzir um episódio fora do estúdio, colorido com as texturas e a emoção de gravações externas”. (BARTIS e WALLAUER, 2019, n/p)

Durante os preparativos para a viagem, as apresentadoras são surpreendidas. Wallauer (2019) conta, “passagem comprada, mala feita, muita ansiedade. Até que [...] uma ligação pela manhã nos deixou atônitas: o guia, provocador da viagem, tinha sido preso. Ele era um dos brigadistas de Alter do Chão”. Para complementar a informação,

¹⁰ Disponível em:

<https://www.b9.com.br/shows/mamilos/mamilos-229-alter-do-chao-paraíso-em-disputa/?highlight=ALTER%20DO%20CH%C3%83O>. Acesso em 08/11/2020.

¹¹ Tradução: transmissões

¹² A homenagem está disponível no site:

<https://winners.webbyawards.com/2020/podcasts/individual-episodes-mini-series-specials/documentary/126873/mamilos-podcast>. Acesso em 06/11/2020.

¹³ O Webby Awards é o principal prêmio internacional que homenageia a excelência na Internet. Disponível em: <https://www.webbyawards.com/about/>. Acesso em 06/11/2020.

o programa recuperou trechos do Jornal Nacional, exibido em 29 de novembro de 2019, e da reportagem do Fantástico, exibida em 1º de dezembro de 2019, que abordavam o mesmo assunto: a prisão dos brigadistas voluntários.

No entanto, mesmo com todos os contratempos, a viagem da equipe Mamilos a Alter do Chão, foi mantida.

“Agora mais curta e com outro foco: entender um pouco do que acontecia na região. Bem-vindos à expedição Mamilos Alter do Chão! [...] A gente vai compartilhar com vocês um pouco do que a gente viu, do que a gente ouviu, do que a gente sentiu nesse lugar que é lindo como paraíso e complexo como inferno”. (WALLAUER, 2019, n/p)

Bartis (2019), complementa:

Nessa jornada nos envolvemos em conversas que nos fizeram refletir sobre o direito à terra, a forma como ela é distribuída, como a especulação imobiliária age e afeta as comunidades [...]. A gente foi de peito e coração aberto pra entender um contexto que é bastante regional muito particular, mas voltamos com reflexões do que é desenvolvimento, o que é progresso, como se constrói resistência. Mergulhar nessa história local nos trouxe um olhar mais rico e mais atento pro contexto nacional (BARTIS, 2019, n/p).

9. ANÁLISES E DISCUSSÕES DO OBJETO

Em pouco mais de uma hora e quarenta e dois minutos, as apresentadoras contam das experiências vividas em Alter do Chão e o que aprenderam por lá. Compartilham as histórias contadas por pessoas que moram na região, afinal, como afirma Bartis (2019), “só é possível entender o lugar vivendo o lugar e falando com as pessoas de lá”.

Segundo Bartis (2019), algumas entrevistas foram feitas com e sem gravador e, para garantir a segurança dos entrevistados, o anonimato de grande parte deles foi mantido pelo programa. A percepção da região e seus conflitos veio de conversas com um piloto de barco de passeio; a fundadora de uma ONG com atuação nacional e com projetos na região; uma jovem indígena que trabalha com turismo no local; uma técnica

da UFOPA (Universidade Federal do Oeste do Pará) e um integrante da Brigada Alter do Chão.

Das conversas gravadas, participaram Rodrigo Magalhães, servidor do Ministério Público Federal (MPF) do Pará; Digo Pinho, secretário de Turismo; Laudeco, líder indígena Borari, militante e secretário de Saúde Indígena. Durante o programa, são as vozes desses personagens que é possível ouvir. Todos os personagens são residentes em Alter do Chão.

Ainda na introdução, é feita uma síntese das características da região. No entanto, as descrições são substanciais e minuciosas, abordam um pouco sobre a gastronomia, a paisagem e seu ecossistema, cultura e estilo de vida dos moradores locais. Os depoimentos revelam que, por trás das belezas e riquezas naturais de Alter do Chão, existe ali uma conjuntura de conflitos e interesses imobiliários. O episódio é uma verdadeira denúncia, se propõe ao estilo de documentário, sendo possível perceber seu teor informativo.

Como afirmou Wallauer (2019), o foco do episódio foi justamente entender o que, de fato, acontecia em Alter do Chão. Para isto, foram abordados temas como especulação imobiliária, consolidação de associações comunitárias, grilagem de terras, invasão e demarcação de terras indígenas, ecoturismo, interesses políticos, problemas de infraestrutura, má distribuição de terras, crescimento desordenado e progresso, ocupação irregular de terras e as queimadas. Fogo este que, Segundo Bartis (2019), “levou Alter do Chão a ocupar, essa semana (aquela), os noticiários, e é o que puxa o fio da nossa jornada”.

Laudeco (2019), líder indígena Borari, conta um pouco sobre a origem histórica de Alter do Chão, região oriunda da aldeia Borari, explica o surgimento do termo “grilagem” e os conflitos na região provocados por essa prática. Magalhães (2019), servidor do MPF do Pará, complementa o assunto *a partir de visões técnicas/legais*, e revela uma ótica muito peculiar e perigosa de Alter do Chão quando diz que “a ideia de grilagem tem um significado muito pesado pra nós aqui na amazônia [...], então tu cria um documento só pra dar uma aparência de legalidade ali, mas tu

mantém a detenção da área através da força, através de armas, de ameaças. Isso é muito frequente aqui”.

Para falar sobre divisão legítima das terras, o servidor do MPF torna a aparecer no episódio e desenrola o assunto dentro do contexto regional ao explicar sobre demarcação de área indígena, legitimação de posse e compra direta. Mais tarde, Laudeco (2019) fala sobre a Área de Proteção Ambiental Alter do Chão (APA) e os interesses políticos do seu entorno. Magalhães (2019), volta a complementar a fala de Laudeco, a partir de argumentos legais.

Wallauer (2019) volta a citar a reportagem exibida no Fantástico, que mostra a região queimada demarcada por muros e cercas, e complementa com a informação de que o responsável pela ação havia sido descoberto pelo MPF e que o mesmo se encontra foragido. Informação que não foi dada na própria reportagem do Fantástico. No episódio, representando o MPF, Magalhães (2019) comenta a informação.

O conceito de especulação imobiliária é trazido pelas apresentadores e o personagem que complementa a explicação a partir do contexto de Alter do Chão, é Laudeco (2019), que permeia sobre o aspecto da ignorância financeira de um povo que não detém sabedoria mercadológica e é vítima de interesses capitalistas, a exemplo dos indígenas que, Laudeco conta, venderam suas terras em troca de dinheiro que eles mal sabiam como gastar.

É Laudeco (2019) que, em tom de denúncia, fala sobre acordos políticos que impactariam de forma negativa na sociedade e travam todo e qualquer projeto de cessar os conflitos de terras na região. O líder indígena insinua relações indevidas entre Tribunal de Contas do Estado do Pará e Prefeitura Municipal.

Em outro momento do episódio, Bartis (2019) fala da conversa que teve com um piloto de barco de passeio. Um personagem que morava nas adjacências de Alter do Chão e foi morar no distrito em busca de oportunidade de emprego e a sonhada casa própria, sinônimo de progresso para quem vive lá.

Esse movimento migratório, em escala coletiva, para uma região que está relativamente em crescimento, gera um problema de infraestrutura. E para falar sobre

isso, Mamilos convida Digo Pinho, secretário de Turismo, que revela a ironia dos moradores de Alter do Chão terem problemas com abastecimento de água por falta de saneamento básico. Depois Magalhães (2019) contextualiza sobre a ocupação desordenada na região.

Magalhães discorre também sobre ecoturismo e alternativas de desenvolvimento do turismo de baixo impacto e valorização do conhecimento da comunidade sobre a área, de forma a não excluir as pessoas que sempre cuidaram e preservaram o local.

O último assunto abordado pelas apresentadoras é justamente o que Bartis (2019) afirmou, no início do episódio, ter sido o motivo de alterar a pauta original: a prisão dos brigadistas. Mesmo tendo recuperado trechos da matéria do JN e da reportagem do Fantástico que abordaram o assunto, por estarem lá, elas investigaram o contexto pelos bastidores da detenção, a partir dos relatos de pessoas da comunidade. Dessa forma, levantaram aspectos diferentes do que foi abordado nas mídias tradicionais, insinuando, inclusive, uma prisão incomum do ponto de vista processual. E denunciando, de acordo com depoimentos dos moradores e cruzamento de acontecimentos, uma retaliação comum na região contra quem oferece resistência à prática de grilagem e degradação de terras.

Laudeco (2019) é quem finaliza a expedição do programa Mamilos por Alter do Chão: “Eu acredito que parece que sempre a verdade ela é mais, ela é mais silenciosa, ela é mais vagarosa né, mas um dia ela chega... eu sempre digo pra mim que amanhã, será melhor que hoje” (LAUDECO, 2019, n/p).

Tendo em vista a inviabilidade de fazer referência a todos os assuntos tratados no episódio “Alter do Chão: paraíso em disputa”, por se tratar de um artigo limitado por páginas, a fim de aprofundamento sobre o tema sob a ótica do programa Mamilos, o link do episódio está disponível no rodapé desta página.¹⁴

Para complementar a análise de que o *podcast* tem sido uma mídia que permite maior aprofundamento jornalístico, foram escolhidas quatro matérias do Jornal

¹⁴ Disponível em: <https://www.b9.com.br/shows/mamilos/mamilos-229-alter-do-chao-paraíso-em-disputa/?highlight=ALTER%20DO%20CH%C3%83O>. Acesso em 08/11/2020.

Nacional, no período em que Alter do Chão foi destaque nas notícias da semana, e também a reportagem do Fantástico já citada no próprio episódio 229 do Mamilos.

As matérias do Jornal Nacional selecionadas para esta análise foram exibidas em 26, 27, 28 e 29 de novembro de 2019. A abordagem escolhida foi de acordo com o teor factual da notícia, que basicamente procura responder aquelas quatro perguntas iniciais do lide:

- **JN - Edição 26/11:** Brigadistas são presos suspeitos de incendiar área de proteção no Pará.¹⁵
- **JN - Edição 27/11:** Organizações de defesa dos direitos humanos e do meio ambiente pediram a libertação dos brigadistas de combate a incêndio presos no Pará. A justiça decidiu hoje manter a prisão preventiva deles.¹⁶
- **JN - Edição 28/11:** Justiça solta brigadistas suspeitos de causar queimadas em Alter do Chão.¹⁷
- **JN - Edição 29/11:** No Pará, brigadistas voluntários retomam atividades após serem soltos.¹⁸

As matérias têm, respectivamente, três minutos e quarenta e nove segundos; seis minutos e dois segundos; cinco minutos; dois minutos e vinte e cinco segundos. E, no total, contaram com 12 personagens, sendo eles: o delegado¹⁹ que iniciou as investigações dos incêndios e acusou os brigadistas; o novo delegado²⁰, indicado pelo governo do Pará; o juiz que decretou a prisão²¹; o advogado de defesa²²; os dois

¹⁵ Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/8119016/?s=0s>. Acesso em 02/11/2019.

¹⁶ Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/8122306/programa/?s=07m31s>, aos 07min28. Acesso em 02/11/2019.

¹⁷ Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/8125471/>. Acesso em 02/11/2019.

¹⁸ Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/8128793/>. Acesso em 02/11/2019.

¹⁹ José Humberto Melo Júnior, delegado da Polícia Civil do Estado do Pará.

²⁰ Waldir Freire Cardoso, delegado da Polícia Civil do Estado do Pará e atual Diretor da Delegacia Especializada em Meio Ambiente.

²¹ Alexandre Rizzi, juiz da 1º Vara Criminal de Santarém-PA.

²² Wlandre Leal, advogado de defesa dos brigadistas.

coordenadores do projeto Saúde e Alegria²³; dois dos quatro brigadistas²⁴ acusados; a mãe²⁵ e a esposa²⁶ de um dos brigadistas e o governador do estado do Pará²⁷.

O delegado que iniciou a operação fala (em duas das quatro matérias) sobre indícios que o levaram a acreditar na suspeita do envolvimento dos brigadistas nas queimadas em Alter do Chão. O novo delegado, indicado pelo governo do estado, comenta com o repórter (em uma das matérias e sem dar entrevista direta) que está se inteirando da situação. O juiz (aparece em uma das matérias) alega que decretou a prisão dos brigadistas para que a polícia tenha instrumentos suficientes para investigar e também para manter a segurança dos acusados, a fim de evitar possível retaliação por parte da população.

O advogado de defesa (que aparece em duas edições do Jornal Nacional) contesta a prisão dos brigadistas, alegando que ela foi feita de maneira indevida e que a Polícia Civil inverteu a ordem do processo penal. Um dos coordenadores da ONG Saúde e Alegria (concede entrevista a duas das quatro matérias analisadas) intercede pelos brigadistas e pede a libertação dos mesmos, afirmando que o trabalho deles são essenciais para a ONG. O outro coordenador (que aparece somente uma vez) também fala sobre a importância dos brigadistas na função desenvolvida pela ONG e diz desconhecer os motivos da acusação.

Os dois brigadistas, entrevistados após serem soltos (aparecem em apenas uma matéria cada), falam sobre a prisão injusta, alegam inocência e desejam que a situação seja resolvida para que possam retornar às suas atividades normalmente. A mãe de um dos brigadistas (aparece rapidamente em uma das matérias) diz ter esperança e que confiar na justiça. A esposa de um dos brigadistas (também aparece rapidamente em uma das matérias) e diz acreditar totalmente na inocência dos rapazes. Por fim, o governador do Pará (aparece em uma das matérias) diz que o caso requer atenção e transparência e que ninguém pode ter os direitos cerceados.

²³ Eugênio Scannavino, médico e Caetano Scannavino Filho, ambos coordenadores do projeto Saúde e Alegria.

²⁴ Marcelo Aron Cwerner e Daniel Gutierrez Govino, brigadistas voluntários em Alter do Chão-PA.

²⁵ Nome não foi informado na matéria.

²⁶ Manuela Lavandeyra, professora de teatro e esposa do brigadista João Victor Romano.

²⁷ Hélder Barbalho, governador do estado do Pará.

Já a reportagem do Fantástico²⁸, exibida em 1º de dezembro de 2019, se propôs a falar sobre o tema em nove minutos. E contou com a participação de seis personagens: os quatro brigadistas acusados²⁹, o prefeito de Santarém³⁰, no Pará, e uma comerciante local³¹. A pauta não é muito diferente da que foi abordada pelo Jornal Nacional ao longo daquela semana:

Eles saíram de São Paulo pra viver em contato com a natureza na amazônia, quando as queimadas começaram a se espalhar pela mata, se ofereceram para ajudar no combate ao fogo, mas esta semana foram presos acusados de incendiar a floresta de propósito. O repórter Fabiano Villela esteve com os quatro brigadistas alvos de uma investigação controversa, eles disseram que se sentem injustiçados (SCHMIDT, 2019, n/p)³².

Sendo o Jornal Nacional, um programa de jornalismo diário, típico do *hard news*, e que trabalha essencialmente em cima dos fatos noticiosos do dia, o factual. É possível perceber, portanto, a limitação de aprofundamento. Recuperando o assunto já tratado neste trabalho que fala sobre as perguntas estruturantes do lide, “o quê?”, “Quem”, “Quando?”, “Onde?”, “Como?” e “por quê?”, o jornalismo factual vai optar por responder, quase sempre, as quatro primeiras perguntas. Porque como ele precisa acompanhar a rapidez dos acontecimentos noticiosos, ele não dispõe de tempo, nem espaço, para o aprofundamento do “como?” e “por quê?”. Geralmente, este papel fica a cargo do jornalismo especializado, como as revistas.

O Fantástico, por exemplo, se aproxima do papel de ser uma revista eletrônica semanal, que deveria, a princípio, abordar os temas que foram destaque nos jornais diários, de maneira mais aprofundada. Ao observar a cronologia da notícia, a prisão dos brigadistas em Alter do Chão, apareceu primeiro no Jornal Nacional e então recebeu

²⁸ Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/8131540/?s=0s>. Acesso em 02/11/2019.

²⁹ Marcelo Aron Cwerner, Daniel Gutierrez Govino, Joao Victor Romano e Gustavo de Almeida Fernande, brigadistas voluntários em Alter do Chão-PA.

³⁰ Nélcio Aguiar, prefeito de Santarém, município ao qual pertence Alter do Chão-PA.

³¹ Risonalva Correia, comerciante em Alter do Chão-PA.

³² Tadeu Schmidt, jornalista e apresentador do Fantástico, programa dominical da emissora TV Globo. A introdução, feita por Schmidt, é para a reportagem que fala sobre a prisão dos brigadistas em Alter do Chão-PA.

uma reportagem com um pouco mais de conteúdo, no domingo que sucedeu a semana dos acontecimentos.

Porém, mesmo com a oportunidade de se aprofundar no assunto, o Fantástico optou por manter uma certa superficialidade na abordagem, ainda muito próxima ao factual, e limitação com relação aos personagens. Ficou restrito à mesma narrativa tratada ao longo da semana. Mesmo trazendo uma produção mais elaborada ao ir até o local, especular, de forma breve, sobre as queimadas e a prática de grilagem de terras, e utilizar imagens da região que não foram exploradas nos jornais diários, ao falar brevemente sobre as belezas naturais e o turismo em Alter do Chão, o enfoque da reportagem ainda é o mesmo noticiado na semana, como citado anteriormente por Schmidt (2019).

Deve-se levar em consideração também que a edição do dia 1º de dezembro teve outras notícias que ganharam maior destaque no programa. Então houve um processo de seleção nos critérios de noticiabilidade, ou seja, o assunto “prisão dos brigadistas” não mereceu maiores aprofundamentos em comparação com outras pautas selecionadas para aquele domingo.

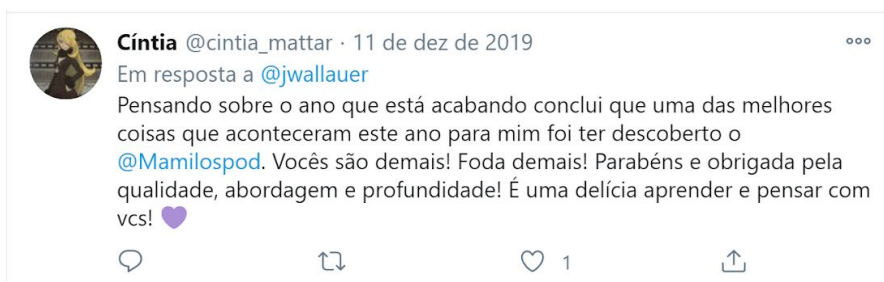
O JN, neste caso, se torna um parâmetro de comparação para o Fantástico que, por sua vez, é possível, em escalas proporcionais, ser comparado ao *podcast*. Partindo do ponto que o Fantástico, como revista eletrônica, se presta ao papel de aprofundamento temático, mesmo com as limitações impostas pela mídia tradicional, neste caso a TV. É possível comparar a reportagem de 1º de dezembro com o episódio 229 do *podcast* Mamilos.

No entanto, não deve-se perder de vista que ainda que seja feita uma análise entre o Jornal Nacional, o Fantástico e o *podcast* Mamilos, é impossível fazer uma comparação direta entre os meios TV e *podcast*. Porque a lógica deles são muito diferentes, apesar de partirem do mesmo princípio: levar informação a sociedade. A televisão, pela concepção estética do veículo, precisa de imagens. Então, a tendência na edição de uma TV é sempre priorizar aquilo que tenha apelo visual mais forte. O que pode ser considerado, ao mesmo tempo, a sua virtude e seu pecado. Virtude porque traz

o complemento da imagem, o *plus* no sentido visual, mas ao mesmo tempo que se limita a falar só do que pode ser ilustrado com imagens.

No episódio do *podcast* que fala sobre Alter do Chão, por exemplo, não existe esse drama, a imagem é construída na cabeça dos ouvintes a partir das minuciosas descrições que as apresentadoras fazem. A imagem é construída pelo som da própria informação, com liberdade para falar no tempo que for necessário para se fazer entender. E então coloca-se personagens diversos que fogem das fontes oficiais já tão características e recorrentes do jornalismo factual. Além da liberdade para explorar outros ângulos e detalhes para construir narrativas completas apoiadas na difusão sonora.

O efeito que “Alter do Chão: paraíso em disputa” causou, pode ser medido pelas interações dos ouvintes através das redes sociais (Twitter e Instagram) do Mamilos:



 Mamilos Podcast retweetou



Lucas @httpsgeeker · 10 de dez de 2019

...

Me arrepiei com esse ep do @Mamilospod sobre Alter do Chão. Me fez entender onqie realmente está ocorrendo no Norte do país. Precisamos prestar atenção no que ocorre com os nossos vizinhos.



 3

 12



 Mamilos Podcast retweetou



histórico e sem precedentes @jesscultista · 12 de dez de 2019

...

O ultimo ep de @Mamilospod é daqueles pra ouvir com um caderno e lápis na mão pra ir anotando e mais de uma vez pra entender como a discussão é complexa e ainda sim, necessária. Nosso país é enorme! Algumas coisas parecem que acontecem tão longes de nós, mas ainda é aqui

 Mamilos Podcast retweetou



Betola @prof_que_cospe · 13 de dez de 2019

...

o @Mamilospod sobre Alter do Chão deveria ser transmitido em todos os canais de radio e de televisão em horário nobre durante uma semana, tem as informações que a gente tem dificuldade em acessar e a sensibilidade que a gente precisa pra humanizar o problema, parabéns



 6

 31



Marcela @marbitas · 13 de dez de 2019

...

Em resposta a @jwallauer

Que episódio!

Vcs foram minha principal fonte de informação de 2019.

Obrigado por tantoooo... um abraço bemmmm apertado!



 Mamilos Podcast retweetou



Diego Santana @diegojsantana · 10 de dez de 2019

...

Muito legal esse episódio dado pela visão dos moradores de Alter. Fui na região há uns anos e até hoje trabalho com os anfíbios daquela região do Pará.

Tem que ser preservado mesmo, e toda essa "grilagem" precisa acabar

 Mamilos Podcast retweetou



Ted 🐼 @aiTed_ · 10 de dez de 2019

...

Eu aproveitando cada informação do episódio 229 do @Mamilospod sobre Alter do chão até q nos minutos final do discurso do líder indígena Borari fala "O amanhã será melhor do que hoje", não consegui segurar as lágrimas



 2

 19



 Mamilos Podcast retweetou



Ricardo Verçoza @CapitaoCoragem · 12 de dez de 2019

...

Bom demais sair para trabalhar e ouvir um debate inteligente, com gente disposta a dialogar e apresentar pontos de vistas diferentes - e muitas vezes complementares. Com o @Mamilospod desenvolvemos massa crítica.

Parabéns galera!



isabelagorayeb Um tremendo documentario. Parabéns..Parabéns com força



25 sem 1 curtida Responder



giuliabed Esse episódio muda a vida de qualquer um, abre portas e cria uma série de questionamentos da essência do brasileiro 🤔 estão super de parabéns 🤔 super merecido!!!



cebernardo Parabéns, merecido 🤔🤔 o episódio foi muito bem produzido e instrutivo.



25 sem 1 curtida Responder

10. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise é fundamentalmente sobre o jornalismo. O objetivo deste trabalho não é dizer que o *podcast* é melhor que as outras mídias, mas que ele pode ser uma ferramenta a mais para a difusão das informações de maneira especializada e refinada.

A intenção dessa pesquisa não é dizer que o *podcast* é a única alternativa para resgatar o aspecto de profundidade do jornalismo, mas estudar o potencial que essa mídia tem para ser um complemento no fazer jornalístico. É difícil, senão um desperdício, ignorar o potencial de aprofundamento que o *podcast* oferece. Foschini e Taddei (2006) dizem que o *podcast* mudou para a sempre a forma como a informação é produzida e disseminada.

Deste modo, é possível perceber outra disrupção provocada por essa mídia: a produção de informação num modelo de baixo custo, se apresenta como uma alternativa para fugir da lógica de mercado da comunicação. Quando a mídia oferece baixo custo de produção, e mais espaço para veiculação, ela permite uma fronteira mais ampla para a atuação jornalística, que pode ser mais direcionada à qualidade da informação, na medida em que não estaria mais tão restrita aos interesses do pensamento hegemônico do capital. Além disso, o *podcast* oferece uma espécie de liberdade técnica, ele afrouxa

as correias da técnica jornalística e permite dialogar com o assunto e com todos os personagens envolvidos, permitindo apresentar mais detalhadamente a conjuntura em que os fatos ocorrem, com suas causas e consequências.

Uma vez feita essas considerações, é possível levantar a possibilidade do *podcast* ser uma ponte para o resgate da função social do jornalismo, repetida tantas vezes ao longo deste trabalho. Uma opinião fundamentada na razão, nas informações e num mundo plural, é essencial para uma sociedade consciente.

Logo, é possível sim inferir, a partir do amplo contexto aqui desenvolvido, que o *podcast* tem potencial para auxiliar o jornalismo a se reencontrar com o público, com as demandas públicas, com o protagonismo de uma narrativa mais aprofundada sobre os temas de apelo público. Se nos formatos tradicionais, o jornalismo se aproxima - e se limita - dos parâmetros mercadológicos do negócio, nas mídias digitais, nos novos formatos nesse ambiente, como o *podcast*, ele pode se libertar e se reencontrar.

Talvez, a maior conquista do jornalismo, ao se apropriar desse formato - ainda muito jovem - seja resgatar sua utilidade pública, sua função social. Ao fixar-se nos limites do *hard news* o jornalismo se homogeniza, num padrão superficial. Ou seja, estará sempre dizendo o que os outros já disseram ou também estão dizendo, naquele momento. Os veículos de comunicação tradicionais sempre vão perder a corrida pelo protagonismo do cotidiano para as pessoas nessa arena das redes sociais digitais.

O jornalismo ganha no *podcast* um aliado para se libertar do factual. O jornalismo, ao “panfletar” o cotidiano, limitando-se ao narrar aquilo que é factual, se torna obsoleto, dispensável. Dizer apenas o que aconteceu, onde e quando aconteceu, e quem estava envolvido, é insuficiente para aumentar o conhecimento público sobre o acontecimento.

Mas, quando o jornalismo (e o jornalista) se torna capaz de ampliar o saber coletivo a respeito de um tema de relevância pública, ele se resgata indispensável, recupera valor e protagonismo. E abre aquela possibilidade de auxiliar o cidadão na emancipação pela reflexão autônoma, se aproxima do ideal de forjar uma opinião pública crítica.

Vale uma última referência, em apoio às considerações finais. Lévy (1999), ao falar da cibercultura, disse que qualquer reflexão sobre o futuro desses sistemas, deveria ser fundada em uma análise prévia na mutação das relações com o saber. E temos aqui que é ele, o saber, questão central para uma opinião pública fundamenta no diálogo e na riqueza da troca de argumentos racionais.

E, considerando o comentário, espontâneo, das pessoas alcançadas pela mídia, a partir do recorte feito nesta pesquisa, é possível entender, também, que a opinião pública sai fortalecida. Observando os comentários, percebe-se que muitos ouvintes do episódio afirmam que aprenderam algo, que passaram a pensar de uma outra forma. Ou seja, o jornalismo praticado ali, conforme os comentários, contribuiu com a ampliação do saber das pessoas. Talvez seja esse o maior legado do jornalismo, quando se pensa em sua importância para a sociedade, especialmente em tempos atuais, da chamada pós-verdade.

11. REFERÊNCIAS

ABPOD – Associação Brasileira de *Podcasters* – **PodPesquisa**, **ABpod/CBN**. São Paulo, 2018. Disponível em <http://www.abpod.com.br/media/docs/PodPesquisa-2018.pdf>, acesso em 02 de abril de 2020.

ANDRADE, Cândido Teobaldo de Souza. Mito e realidade da opinião pública, in **Revista de Administração de Empresas**. Vol.4, no.11. São Paulo abr./jun. 1964, disponível em https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-75901964000200003&lng=pt&tlng=pt, acesso em 02/out/2020

BAITELLO Jr. Norval. **A Era da Iconofagia** – Ensaios de Comunicação e Cultura. São Paulo. Hackers Editores. 2005.

BORDENAVE, Juan E. Díaz. **O que é comunicação**. São Paulo: Brasiliense, 1982.

DEBORD, Guy. **A sociedade do Espetáculo**. Rio de Janeiro. Contraponto. 1997.

ERBOLATO, Mário. **Técnicas de Codificação em Jornalismo** – redação captação e edição em jornal diário. 5 ed. São Paulo: Ática, 2002

FOSCHINI, A.; e TADDEI, R. **Conquiste a Rede: Podcast**. São Paulo: Ebook, 2006. Disponível em: <http://www.dominipublico.gov.br/download/texto/ea000097.pdf>. Acesso em 06/11/2020.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da esfera pública**. Rio de Janeiro: Biblioteca Tempo Universitário, 1984

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. Tradução Susana Alexandria. São Paulo. Editora Aleph. 2010

LAGE, Nilson. **Estrutura da notícia**. São Paulo: Ática, 1985.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Tradução de Carlos Irineu da Costa. São Paulo. Editora 34. 1999

LIPPMANN, Walter; HOHLFELDT, Antonio (coord.). **Opinião Pública**. Tradução e prefácio Jacques A. Wainberg. Rio de Janeiro: Vozes, 2008.

MAMILOS. **Episódio 229 – Alter do Chão: paraíso em disputa**. Disponível em: <<https://www.b9.com.br/shows/mamilos/mamilos-229-alter-do-chao-paraíso-em-disputa/?highlight=ALTER%20DO%20>>. Acesso em 20 de maio de 2020.

MARCUSE, Herbert. **A Ideologia da Sociedade Industrial**. Rio de Janeiro, Ed. Zahar. 1973.

McLUHAN, Marshall. **Os Meios de Comunicação como extensões do homem (understanding media)**. São Paulo. Cultrix. 2006.

MATTELART, Armand e Michèle. **História das Teorias da Comunicação**. Tradução Luiz P. Rouanet. Revisão Maurício B. Leal. Preparação Saulo Krieger. 3. ed. São Paulo: Edições Loyola, 2000. P. 77-84.

MICHAELIS, **Cibercultura**. <http://michaelis.uol.com.br/busca?id=8kP2>. Acesso em 17/09/2020.

NEGROPONTE, Nicolas. **Vida digital**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

SENLE, Renata. A “pós-verdade” como oportunidade para minimizar polêmicas. **Meio e Mensagem**. [S.l.]. 2017. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/>. Acesso em: 24/09/2020.

TAVARES, Frederico de Mello Brandão. A especialização jornalística como teoria e objeto: contornos e limites. In **Revista Comunicação Midiática**, Universidade Tuiuti. v.7, no.1, pg 96-112. Jan-abr/2012

THOMPSON, John. B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. Petrópolis: Vozes, 1998.

THOMPSON, John. B. **Ideologia e Cultura Moderna - Teoria Social Crítica na Era dos Meios de Comunicação de Massa**. 5. ed. Petrópolis: Vozes, 2005.

WALLAUER, Juliana; BARTIS, Cris. **Mamilos – Jornalismo de peito aberto**. Disponível em <https://www.b9.com.br/shows/mamilos/>. Acesso 02/10/2019.