

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO GRANDE DO SUL
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO, ARTES E DESIGN
CURSO DE JORNALISMO

Jonas Melgaré de Bem

**CONSTRUINDO PONTES NO JORNALISMO DE SAÚDE: UM ESTUDO DE CASO
DE EPISÓDIOS DO PODCAST MAMILOS SOBRE A COVID 19**

Porto Alegre

2021

GRADUAÇÃO



Pontifícia Universidade Católica
do Rio Grande do Sul

JONAS MELGARÉ DE BEM

**CONSTRUINDO PONTES NO JORNALISMO DE SAÚDE: UM ESTUDO DE CASO
DE EPISÓDIOS DO PODCAST MAMILOS SOBRE A COVID 19**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial para a obtenção do grau em Bacharel em Jornalismo pela Escola de Comunicação, Artes e Design – Famecos da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

Orientador
Prof. Dr. Tércio Saccol

Porto Alegre
2021

RESUMO

Os podcasts, surgidos no Brasil em 2004, passaram por diversas mudanças nestes mais de 15 anos, como a experimentação de novos formatos de programas, declínio e ascensão nas produções, adaptação com a difusão dos smartphones até que pudesse se expandir no cenário brasileiro. Este trabalho busca discorrer sobre como o jornalismo desenvolve-se nesse ambiente marcado por transformações digitais, audiências participativas e comunidades que procuram estabelecer conexões com diferentes nichos identitários, mais especificamente na área de saúde.

Escolhemos para este estudo analisar o podcast Mamilos a partir de 3 programas do podcast que exploram diferentes aspectos da pandemia do Coronavírus. Como o Mamilos é um podcast originalmente independente, não vindo de portais tradicionais de comunicação, mas com um grande alcance e uma sólida audiência, questionamos como esse podcast abordou o impacto do Coronavírus na sociedade. Para isso, recorreremos a uma pesquisa bibliográfica e documental, seguindo as técnicas de análise embasadas no estudo de caso sustentado por Yin (2001). A análise selecionou os episódios “#238 – Coronavírus”, “#248 - Vida na linha de frente da Covid” e “#296 - Como nascem os negacionistas?”, a partir de uma ordem cronológica em que foram publicados. Dividimos os episódios em 4 categorias de análise: fontes, estrutura do programa, abordagem do assunto saúde e como o Mamilos propagou a mensagem desses 3 episódios em suas principais redes sociais. Assim, pretende-se contemplar grande parte dos elementos da construção dos programas.

Esse estudo pôde concluir que, em relação às fontes, o programa faz uma seleção assertiva e qualificada ao integrar especialistas de diferentes áreas com distintas perspectivas, discutindo assuntos que exploram múltiplos universos de um tema de forma mais aprofundada. Porém, o programa não informa e contextualiza de forma simplista grande parte das fontes citadas de apoio para complementar o episódio; na estrutura dos programas, é perceptível uma hierarquia que separa o programa em blocos. Em relação ao assunto saúde, o Mamilos desempenha a função de interpretar e conduzir com clareza temas ligados à pandemia e seus desdobramentos, como o avanço da pandemia no Brasil, a pressão dos profissionais de saúde e a ênfase ao criticar o negacionismo. Cabe salientar que tudo isso é feito

a partir de episódios didáticos. Os conteúdos visitados nas redes sociais do Mamilos não seguem um padrão de postagens, com predileção de chamadas instigando o(a) seguidor(a) a consumir o podcast.

Palavras-chave: Jornalismo de Saúde; Jornalismo Científico; podcast; Mamilos podcast; Pandemia do Coronavírus.

ABSTRACT

Podcasting has undergone various changes since its emergence in Brasil back in 2004, experimenting, over these 15 years, with new program formats, going through ups and downs in content production, as well as through adaptation to the spread of smartphones until its eventual expansion in the Brazilian scenario. This paper aims to address the way journalism develops in this environment, marked by digital transition, interactive audiences and communities that are keen to establish connections with diverse identity niches, more specifically in the field of health care.

The Podcast *Mamilos* was selected as the object of this study from three podcast topics exploring different aspects of the covid-19 pandemic. As an originally independent podcasting platform, while not coming from traditional news websites, *Mamilos* has a broad range and a robust audience. We then surveyed the podcast to find out how it approached the impact of Covid-19 on people's livelihoods.

To achieve this goal, we conducted a bibliographical, document-based research, according to the analysis techniques, based on the case study supported by Yin (2001). Three episodes have been chosen for the analysis, according to the chronological order they were published: #238 – Coronavirus, #248 – Life on the Frontline of Covid-19 #296 - How do denialists surface? Accordingly, we split the episodes into four analysis categories, such as: sources, program structure, approach to the topic of health care, and how *Mamilos* spread the word about these three episodes across their major social networking. Thus we proceeded to tackle most part of the items taking part in the development of the programs.

Therefore, this study concluded that, as to the sources, the program's choice was assertive and qualified, integrating experts from different areas with diverse

perspectives, addressing issues that thoroughly explore multiple universes of a given topic. The program, however, does not disclose, and places in context in a simplistic way most of the sources referred to assisting in the completion of the episode.

Perceptibly, the programming is structured following a ranking order that divides the podcasts into installments. With reference to the topic of healthcare, Mamilos plays a part in interpreting and clearly addressing issues related to the pandemic and its developments as it spreads across Brazil, bringing pressure to bear on healthcare personnel. It also emphatically criticizes denialism. Also worthy of note, everything is carried out through instructive episodes. The contents visited on Mamilos' social networking do not follow a posting pattern, prioritizing those that lead the target audience to consume the podcast.

Keywords: Health-care journalism; Scientific Journalism; podcast; Mamilos podcast; Covid-19 Pandemic

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – “Fontes convidadas do primeiro episódio #238 – Coronavírus: 3 fontes”.....	59
Tabela 2 – “Fontes citadas durante o primeiro episódio #238 – Coronavírus: 18 fontes”...	60
Tabela 3 – “Estrutura do primeiro episódio #238 – Coronavírus – dividida em duas partes: Primeira parte do programa e Segunda parte do programa”.....	62
Tabela 4 – “Prints das postagens do Mamilos em relação ao primeiro episódio #238 - Coronavírus”.....	69
Tabela 5 – “Fontes convidadas do segundo episódio #248 – Vida na linha de frente da Covid: 8 fontes”	79
Tabela 6 – “Fontes citadas durante o segundo episódio #248 – Vida na linha de frente da Covid:18 fontes”.....	80
Tabela 7 – “Estrutura do segundo episódio #248 – Vida na linha de frente da Covid - dividida em duas partes: Primeira parte do programa e Segunda parte do programa”.....	83
Tabela 8 – “Prints das postagens do Mamilos em relação ao episódio #248 –Vida na linha de frente da Covid”.....	88
Tabela 9 – “Fontes convidadas do terceiro episódio #296 – Como nascem os negacionistas?: 4 fontes.....	98
Tabela 10 – “Fontes citadas do terceiro episódio #296 – Como nascem os negacionistas?: 21 fontes”.....	98
Tabela 11 – “Estrutura do terceiro episódio #296 – Como nascem os negacionistas? – dividida em duas partes: Primeira parte do programa e Segunda parte do programa”.....	103
Tabela 12 – “Prints das postagens do Mamilos em relação ao terceiro episódio #296 – Como nascem os negacionistas?”	108

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – “3 primeiras categorias de análise”.....53

Quadro 2 – “Análise de conteúdos publicados em relação aos 3 episódios nas Redes Sociais do Mamilos.....53

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	10
2. PODCAST NA ATUALIDADE	13
2.1 CONTEXTO E TRANSFORMAÇÃO DOS PODCASTS.....	13
2.2 AUDIÊNCIA E RELACIONAMENTO	22
2.3 OS PODCASTS COM FOCO JORNALÍSTICO.....	28
2.3.1 O caso do podcast Mamilos	31
3. A PANDEMIA DO CORONAVÍRUS	33
3.1 PANDEMIA E JORNALISMO.....	34
3.2 JORNALISMO DE SAÚDE E CIENTÍFICO.....	39
3.3 O PAPEL DO JORNALISMO AO LONGO DA COBERTURA DE DOENÇAS E PANDEMIAS.....	44
4. A ANÁLISE	49
4.1 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	49
4.2 OS EPISÓDIOS E A COMUNICAÇÃO DO MAMILOS EM ANÁLISE.....	51
4.3 ANÁLISE DO PRIMEIRO EPISÓDIO #238 – CORONAVÍRUS - 14 DE FEVEREIRO DE 2020.....	53
4.3.1 Categoria 1: Fontes do primeiro episódio #238 – Coronavírus	55
4.3.2 Categoria 2: Estrutura do primeiro episódio #238 – Coronavírus	61
4.3.3 Categoria 3: Assunto saúde no primeiro episódio #238 – Coronavírus	64
4.3.4 Categoria 4: A divulgação nas Redes Sociais do Mamilos	66
4.4 ANÁLISE DO SEGUNDO EPISÓDIO #248 – VIDA NA LINHA DE FRENTE DA COVID – 24 DE ABRIL DE 2020.....	70
4.4.1 Categoria 1: Fontes do segundo episódio #248 – Vida na linha de frente da Covid	71
4.4.2 Categoria 2: Estrutura do segundo episódio #248 – Vida na linha de frente da Covid	81
4.4.3 Categoria 3: Assunto saúde do segundo episódio #248 – Vida na linha de frente da Covid	85
4.4.4 Categoria 4: A divulgação nas Redes Socias do Mamilos	86
4.5 ANÁLISE DO TERCEIRO EPISÓDIO #296 – COMO NASCEM	

OS NEGACIONISTAS? – 09 DE ABRIL DE 2021.....	89
4.5.1 Categoria 1: Fontes do terceiro episódio #296	
– Como nascem os negacionistas?.....	91
4.5.2 Categoria 2: Estrutura do terceiro episódio #296	
– Como nascem os negacionistas?.....	101
4.5.3 Categoria 3: Assunto saúde do terceiro episódio #296	
– Como nascem os negacionistas?.....	104
4.5.4 Categoria 4: A divulgação nas Redes Sociais do Mamilos.....	106
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	109
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	114

1 INTRODUÇÃO

O crescimento da produção de podcasts no Brasil vem se consolidando ao longo dos últimos anos. A pesquisa realizada pela plataforma de streaming Deezer revelou que o consumo de podcasts no Brasil apresentou um movimento de ascensão, destacando que no ano de 2018 ocorreu um aumento de 67% de consumo desta mídia em apenas um ano. A pesquisa também evidenciou que 25% dos ouvintes escutam mais de uma hora de podcast por dia.

Segundo a pesquisa divulgada pela agência Volt Data Lab, cerca de 100 dos principais podcasts brasileiros cresceram 200 vezes desde 2005, período posterior ao surgimento da mídia no país, atingindo assim mais de 3.400 episódios publicados em plataformas de streaming em 2018. Somado a isso, o modelo de mídia passou a ser integrado nas práticas de parte dos veículos de comunicação, tanto por grandes empresas como por mídias independentes. A partir da relevância dos podcasts no cenário de notícias brasileiro, a pesquisa feita em 2020 pelo Instituto Reuters pôde comprovar que 53% dos editores entrevistados apostam nos podcasts como um novo formato comercial que poderá prosperar para reter o público de consumidores. Ainda de acordo com o estudo, 51% dos entrevistados participantes afirmaram que escutaram, pelo menos, um podcast em janeiro de 2019.

Para discutirmos sobre o papel dos podcasts, sua importância para novas condutas e experimentações relacionadas à novas lógicas de se produzir notícias, esse trabalho busca analisar como um dos maiores podcasts jornalísticos brasileiros não oriundos de um tradicional portal de comunicação, o Mamilos, abordou uma das maiores e mais dramáticas pandemias da história, a do Coronavírus, sob o aspecto do jornalismo de saúde e científico durante seus programas publicados entre os períodos de 2020 e 2021.

Portanto, para respondermos a essas complexas questões, o presente estudo tem como objetivo compreender as diferentes estratégias utilizadas pelo Mamilos para desvendar a interpretação e comunicação do programa para seu público sobre alguns dos principais fatos ocasionados na pandemia. Para tanto, o estudo será dividido em 4 capítulos. O segundo capítulo a compor a pesquisa “Podcasts na atualidade”, subdividido em 4 subcapítulos, fornece uma compreensão

envolvendo o surgimento inicial da mídia nos Estados Unidos e depois no Brasil, a popularização dos podcasts no contexto brasileiro, a essência das comunidades participativas formando a audiência desta mídia e a inclusão do jornalismo, advindo de veículos tradicionais de notícias e também independentes. Para que possamos nos aprofundar nesses temas, as contribuições de Reis (2018), França (2018), Luiz (2014), Assis (2010), entre outros são essenciais para este capítulo.

Partindo para o terceiro capítulo, intitulado “A pandemia do Coronavírus”, visamos compreender as principais circunstâncias envolvendo o contexto do Coronavírus, desde seu surgimento inicial em Wuhan, na China, até o momento de sua chegada no Brasil. O capítulo conta com 3 subcapítulos que possibilitam o entendimento mais profundo sobre a existência do jornalismo da área de ciência e saúde, e sua cobertura diante do Coronavírus e de outras pandemias que marcaram a história não apenas do Brasil, mas também do mundo. Tendo isso em vista, para trazermos essas pertinentes contextualizações, a escolha dos autores Kucinski (2000), Gomes (2020), Miranda (2020) e Bueno (2013), para citar somente alguns, foram fundamentais para compreendermos o recorte do jornalismo de saúde e científico, e como essas áreas atuam diretamente nas estratégias jornalísticas para atuar em prol da prevenção e combate à pandemia e a outras doenças.

O quarto e último capítulo terá como enfoque principal a análise dos episódios “#238 – Coronavírus”, “#248 - Vida na linha de frente da Covid”, e “#296 - Como nascem os negacionistas?”. A linha que usamos para traçar a seleção desses episódios se deu de acordo com as principais discussões vistas durante esta pesquisa, assim como os diferentes fatos que foram evidenciados pela pandemia do Coronavírus, tanto no Brasil quanto no mundo. Nesse sentido, o primeiro episódio que analisaremos, o “#238 – Coronavírus”, tem como proposta equilibrar e organizar as informações e os significados a respeito do Coronavírus, que no período de lançamento do programa (14 de fevereiro de 2020) ainda era uma doença recente e desconhecida para a maioria dos países, incluindo o Brasil. Já o segundo episódio, “#248 - Vida na linha de frente da Covid”, centraliza-se em abordar a história dos profissionais da saúde, e como sua participação no combate e tratamento de pacientes infectados resultou em drásticas mudanças de rotina e crises neste setor, escancarando a frágil estrutura a qual estes profissionais estão expostos. O terceiro e último episódio, “#296 - Como nascem os negacionistas?”,

organiza-se a fim de debater o atual período, em que a descrença na ciência, precedida pelo negacionismo, gerou diversas decisões infundadas em relação ao combate ao Coronavírus. O episódio em questão anseia em descobrir os desejos que motivam o negacionismo, e indaga se ainda existe alguma possibilidade de estabelecer um consenso popular para o enfrentamento à pandemia, e a reconstrução de um diálogo menos polarizado.

Neste contexto, utilizamos em nossa análise, em um primeiro momento, a metodologia do estudo de caso explorado pelo autor Yin (2001), buscando categorizar os episódios citados em 3 fatores: fontes, estrutura do programa e assunto saúde, para então classificar os resultados em 12 tabelas, com a apresentação das diferentes evidências encontradas em nossa análise. Buscamos com esse método obter uma melhor compreensão dos dados alcançados a partir da análise. Finalmente, em um segundo momento, pretendemos fazer um recorte, com base nas postagens produzidas nas redes sociais do Mamilos, para compreender se o podcast demonstrou congruência em seus conteúdos relacionados aos 3 episódios, e se cumpriu com o papel de discorrer sobre os aspectos mais relevantes ouvidos em cada um dos programas.

A partir desta análise desenvolvida pelo estudo de caso, procuramos trazer reflexões sobre a conduta do podcast Mamilos para explicar pautas relevantes que permeiam o contexto da pandemia, investigando as categorias em questão para compreender de maneira clara a atuação jornalística do podcast para alertar e prevenir sua comunidade de ouvintes. Posto isto, acreditamos na mídia podcast como uma potencial ferramenta de mudanças no formato de produzir conteúdos jornalísticos, para que veículos independentes e tradicionais consigam construir e dividir suas informações com seu público, formando uma comunidade de ouvintes mais engajados e participativos, que valorizam e se conectam à plataforma.

2 PODCASTS NA ATUALIDADE

Este capítulo planeja amparar o entendimento da cultura dos podcasts, observando o surgimento inicial dessa mídia, a influência das produções norte-americanas que foram determinantes para os modelos de programas brasileiros e os diferentes conceitos que abarcam os podcasts.

Dessa forma, buscamos investigar as diferentes dimensões deste formato de mídia, como a construção de uma relação com a audiência, a inserção do jornalismo tradicional nesse meio e também de veículos independentes, como no caso do objeto de estudo dessa pesquisa, o Mamilos podcast.

2.1 CONTEXTO E TRANSFORMAÇÃO DOS PODCASTS

Os podcasts podem ser definidos como conteúdos de áudio no formato mp3, em que os usuários podem inscrever e receber em casa, descarregar e ouvir em diversos dispositivos, como ilustra Reis (2018). O autor ainda acrescenta que esses conteúdos podem ser produzidos por editores tradicionais como rádios, editoras, jornalistas e instituições educacionais, e também por produtores de rádio independentes, artistas e radioamadores.

A chegada dos podcasts no Brasil teve início em 2004, de acordo com França (2018). A autora explica que o objetivo da produção de podcast na época partia de um ímpeto de profissionais que buscavam inovação em seus conteúdos. Devido a essa motivação, os podcasts foram rapidamente reconhecidos como uma mídia digital. Na perspectiva de Luiz (2014), o modelo de podcast que conhecemos hoje surgiu a partir do sistema RSStoIPod. O nome do sistema tem origem da fusão entre a tecnologia RSS (Really Simple Syndication) e o agregador iTunes, que no período era muito utilizado pelos media players portáteis, os Ipods. Segundo o autor, o RSStoIPod funcionava de maneira que os arquivos de áudios que ficavam armazenados no agregador RSS (popular por hospedar conteúdos de Blogs) eram transferidos para o agregador iTunes.

Posto isto, o RSStoIPod era usado de forma livre, e começou a se popularizar entre diversos programadores. E, como efeito, outros agregadores

passaram a implementar essa nova forma de realizar downloads de áudios automatizados. Esse molde de transmitir dados foi nomeado de “*podcasting*”. A nomenclatura tem relação com “*pod*” em referência ao Ipod, e “*casting*” devido ao fenômeno “*broadcasting*”, que significa a transmissão pública e extensa das informações. O podcasting não ficou apenas limitado ao Ipod. Assim, o sistema foi ganhando fama, e se espalhou entre outros programas de áudio, que passaram a adotar esse modelo e ficaram conhecidos como “podcasts”.

Como aponta Luiz (2014), o primeiro podcast no Brasil, teve seu lançamento em 20 de outubro de 2004, por Danilo Medeiros. O podcast em questão era o “Digital Minds”, que antes também existia através de um blog. Mais tarde, ainda nesse ano, outros podcasts foram aparecendo no mercado, tal como o podcast do Gui Leite, o podcast “Perhappiness”, de Rodrigo Stulzer, ou o podcast “Código Livre”, do Ricardo Macari. Esses programas foram fundamentais para que outros podcasts surgissem no ano seguinte. Essa recente mídia se popularizou de tal modo que, em 2005, foi realizado o primeiro evento da Conferência Brasileira de Podcast (PodCon Brasil), para estimular o debate desse gênero de mídia no país.

Podemos constatar que, apesar da constante evolução que o podcast vinha apresentado, França (2018) observa que o fenômeno “*podfade*” desestabilizou a ascensão contínua que os podcasts vinham apresentando. Na visão da autora, esse evento foi marcado pela redução das produções de podcasts no Brasil e em outros países. O autor Luiz (2014, p. 13) também complementa sobre esse fenômeno:

Contudo, apesar do promissor crescimento da mídia podcast, ainda em 2005, ocorreu o chamado “*podfade*”: o fim de vários podcasts no Brasil e no mundo pelas mais diversas razões. O fenômeno continuou até o início de 2006, adiando projetos como o Prêmio Podcast e novas edições da PodCon.

Segundo o autor, apesar do declínio que essa mídia de áudio enfrentou, em 2006 o movimento dos podcasts voltou a ganhar destaque, com a retomada de novas produções neste formato. Embora o *podfade* tenha atingido essa mídia, podemos entender que em um contexto amplo do digital é comum que novas tecnologias, linguagens e redes levem um tempo para se consolidarem. Um exemplo disso é o aplicativo de áudio *Clubhouse*, lançado no início de 2021, pelo cofundador Paul Davison. Segundo reportagem do G1, mesmo com um volume de 525% de buscas no Google e a aparição de personalidades famosas que aderiram ao

aplicativo, como Elon Musk, a rede social ainda é exclusiva para dispositivos *iphones* e funciona apenas por convites de outros usuários. Esses dois fatos já dificultam a propagação desta nova rede social para usuários que possuem o modelo de dispositivo *Android* e, portanto, não conseguem acessar e nem receber convites para adentrarem no *Clubhouse*.

Sendo assim, os podcasts como uma mídia recente na época voltaram com a retomada das produções a partir de 2008, ano em que houve a inclusão da categoria podcast no prêmio iBest, que consiste em uma influente premiação destinada ao público da Internet. Logo foi possível observar que o movimento dos podcasts não deixou de existir. O vencedor do prêmio iBest foi o podcast “Nerdcast”, da empresa Jovem Nerd. A premiação ainda concedeu o segundo e terceiro lugares na categoria para os podcasts “Rapaduracast” e “Monacast”, respectivamente. Outras premiações também acompanharam o segmento dessa mídia, como o Prêmio Podcast, realizado por Eddie Silva, sendo um dos primeiros prêmios destinados exclusivamente para o nicho de podcasts.

Como citamos anteriormente, o “Nerdcast”, que é um dos programas de podcast mais famosos no Brasil, foi também um dos pioneiros na produção do formato do programa de áudio. Não por acaso, o “Nerdcast” é um dos podcasts mais escutados no Brasil. Como consta na matéria do *site* “Jovem Nerd”, em dezembro de 2020 o serviço de agregador *Google podcasts* divulgou a lista de programas mais ouvidos, como o “Nerdcast” no topo da lista, seguido de outros programas famosos do gênero, como o podcast independente “Xadrez Verbal” e o “Assunto” (G1).

O “Nerdcast” é produzido por Alexandre Ottoni e Deive Pazos, e tem como foco trazer assuntos voltados para o entretenimento e a cultura nerd. No Mídia Kit da empresa, de 2019, o podcast do grupo contém mais de 1,5 milhão de plays por episódio, e conta com um público de 57% da região Sudeste do país.

Luiz (2014), pondera que os primeiros podcasts brasileiros tinham como modelo de referência as produções norte-americanas. A estrutura dos programas lembrava a dos programas de rádio ao vivo, com poucas e por vezes nenhuma edição. O sucesso do “Nerdcast”, e o formato simples do programa, com conversas informais sobre temas gerais, com toques de humor e publicidade inspirou múltiplos podcasts brasileiros a replicarem esse modelo eficiente.

Desse modo, vale ressaltar que existem princípios que refletem o atual modelo dos podcasts. Trata-se da existência da tecnologia feed RSS (Really Simple

Syndication), que citamos anteriormente. De acordo com Assis (2010), as características desta tecnologia incluem conteúdos automatizados para os usuários, poupando o tempo dos mesmos. Os denominados feeds são responsáveis por estabelecer uma ligação entre o conteúdo de determinado programa com seus agregadores de conteúdo, para que assim esses conteúdos sejam atualizados frequentemente, bastando que os usuários cadastrem o feed de seus programas selecionados. Freire (2015, p. 41) nos aponta que:

O uso do feed permitiu que o podcast se tornasse uma ferramenta de utilização mais simples, bastando o usuário estar conectado – ou ter acessado no momento do download – à internet. A difusão de smartphones foi uma contribuição importante à popularização do podcast. O fato de o conteúdo poder ser ouvido em aparelhos eletrônicos, em qualquer lugar e a qualquer hora, libertou, de certa forma, o ouvinte.

Como o autor menciona acima, os podcasts trazem vantagens para seu público de ouvintes, como uma maior liberdade na hora de consumir determinado produto, pois o podcast não é uma transmissão ao vivo. Dessa maneira, o público tem a escolha de ouvir um episódio no momento em que bem quiser. Nas contribuições de Vicente (2018, p.97) sobre o contexto da produção dessa mídia é dito que:

Um ponto importante é o de que o podcasting, como já observamos aqui, refere-se à produção e transmissão de episódios de um único programa. Dessa forma, a relação com o ouvinte estabelece-se na periodicidade de produção de novos episódios: diária, semanal, mensal etc. Nesses termos, a prática do podcasting teria um equivalente aproximado em um serviço como o Netflix, que fornece séries, documentários e filmes – originais ou não – para exibição sob demanda e desvinculados da grade de programação de uma emissora.

As produções envolvendo podcasts também têm como atributo, na mídia, a simplicidade. Freire (2015) analisa as etapas básicas da produção. Entre elas, o produtor deve possuir um microfone, fones de ouvido, um computador e uma placa de áudio que permita a gravação e reprodução de sons. Evidentemente, existem hoje no mercado empresas especializadas no ramo dos podcasts, que possuem o aparato técnico, assim como se responsabilizam pela produção e até a distribuição do programa. Citaremos alguns exemplos dessas empresas logo adiante.

A prática do podcast tem influenciado os mais diversos segmentos do mercado. Conforme aponta Vicente (2018, p.98): “O jornalismo é, certamente, a área para a qual se voltaram alguns dos mais importantes podcasts existentes”. O

autor atribui a técnica de jornalismo narrativo, presente em muitos programas de podcast. Tal jornalismo se aproxima dos programas de radiodocumentário. Seguindo nessa linha de pensamento, Vicente (2018) cita também o caso dos podcasts ficcionais, que desenvolvem histórias fictícias nos programas. Os Estados Unidos foram os pioneiros na criação desse tipo de programa, que se desenvolveu por outros países, que passaram a copiar o modelo. O autor explica que o sucesso desse segmento particular de podcasts motivou as emissoras públicas a reproduzir essas histórias. Vicente (2018, p.102) diz que

O podcast também tem sido utilizado para a distribuição de produções ficcionais ainda presentes em emissoras públicas, potencialmente ampliando seu alcance. A BBC, por exemplo, dedica dois podcasts à radionovela *The Archers*, veiculada desde 195128. Já a rádio France Inter disponibiliza o programa semanal *Autant en emporte l'Histoire*, em que recria um episódio importante da história.

Dito isto, outros segmentos que merecem ser citados aqui são os podcasts identitários. Na explicação do autor, tais modelos de podcasts são usados em programas que debatem causas sociais e/ou públicos identitários, ligados às mais diferentes causas. Para o autor, a vantagem desse segmento consiste em programas que adotam uma relação mais íntima com os seus ouvintes, recorrendo a uma linguagem mais direta e próxima do público. Vicente (2018) utiliza-se de exemplos de diferentes programas do universo feminino que se comunicam com este público.

Para além disso, a diversidade de assuntos que vemos dentro do universo da podosfera são extensos. Entre outros segmentos, o autor menciona os programas científicos e culturais, que divulgam conhecimento, programas educacionais, podcasts de autoajuda, humor, programas de suspense, crime, de marketing, de saúde. Enfim, a lista não acaba.

Silva (2018) analisa que a diversidade do programa pode ser vista também em seu formato. Existem programas que utilizam o formato de mesa redonda, onde os participantes discutem determinado assunto, por vezes de maneira informal. Outros programas adotam o formato de entrevista, e também existe os programas que utilizam o recurso do *storytelling* no desenvolvimento de seu podcast. Para a autora, um ponto muito importante na prática de programas desse gênero é a convergência.

A partir do processo de surgimento do podcast bem como pela maneira como a mídia se popularizou e se difundiu podemos afirmar que o podcast é, portanto, um produto típico de uma cultura da convergência, como a denomina Jenkins (2009), já que em muitos casos os próprios ouvintes acabam se tornando produtores.

Outra característica importante do podcast, segundo Vicente (2018, p.95) é sua “autonomia em relação a mídia tradicional”. Isso porque a mídia de podcast possibilita a distribuição de conteúdos com temáticas livres e variadas. Além do mais, o público dessa mídia não precisa depender dos horários, e de uma programação síncrona, como é o caso das emissoras de rádio e televisão.

Porém, ao olharmos para o cenário atual, somos capazes de encontrar numerosas iniciativas de podcasts partindo de grandes mídias tradicionais da comunicação. Grandes nomes de jornais no Brasil, como a Folha de SP ou o G1-portal de notícias do Grupo Globo, adentram no cenário da podosfera, percebendo a alta demanda de consumo que essas tecnologias de áudio apresentam. Assim, o podcast usado como recurso para alcançar o público dos internautas vem sendo uma prática cada vez mais utilizada. Assim afirmou Primo (2005, p. 4) quando os podcasts emergiam no Brasil:

Diferentemente do que ocorreu com os blogs, as organizações midiáticas apressaram-se em marcar sua presença na “podosfera”. Se houve demora em perceber a importância dos blogs enquanto meio de comunicação, para além dos slogans que os descreviam apenas como um texto individual adolescente, os grandes conglomerados de mídia (como ABC, NBC, CBS) já estão trabalhando o podcasting como alternativa para buscar novos nichos de audiência e anunciantes.

Podemos compreender, a partir da visão do autor, que o nascimento de novos programas de podcast por empresas com nome e reputação no mercado são mais frequentes atualmente. E não é só a quantidade de empresas envolvidas no ramo de podcasts que chama atenção, mas também a quantidade de novos serviços agregadores desses conteúdos. Além disso, existem diversos agregadores para esses conteúdos. Uma das plataformas que mais tem crescido com o passar dos anos é o serviço de *streaming* Spotify. Em pesquisa divulgada pelo Infinite Dial, em 2019, o Spotify conquistou um total de 24% de ouvintes nos Estados Unidos, à frente de empresas famosas do ramo como Amazon Music (12%), Apple Music (12%), e Soundcloud (11%). A marca só ficou atrás do serviço Pandora, que teve um total de 30% de ouvintes.

O Spotify também realiza parcerias com outros podcasts, como é o caso do “Café da Manhã” do jornal Folha de São Paulo. Com um conteúdo de notícias diárias, e com episódios novos toda semana, o “Café da Manhã” é um programa exclusivo do Spotify. Dessa forma, o podcast tem seu conteúdo agregado diretamente pela rede de *streaming*.

Observamos outros diversos empreendimentos pessoas ou coletivos na mídia de podcasts. Por exemplo, a Rádio Novelo, uma produtora independente de podcasts de jornalismo, que atingiu bastante visibilidade em seus projetos, entre eles a “Praia dos Ossos” e o “Foro de Teresina”. O primeiro projeto remonta o famoso assassinato da *socialite* Ângela Diniz, com entrevistas e materiais exclusivos do caso. Já o segundo projeto é o podcast “Foro de Teresina”, da Revista independente de jornalismo, a Piauí, que traz reflexões sobre o cenário político brasileiro em seus episódios. Assim como a Novelo, diferentes empreendimentos mobilizam profissionais de edição, produção, redação e distribuição de podcasts Brasil a fora.

Outro exemplo de empreendimento é a Brainstorm9 (B9) que cumpre o papel de agregar e compor variados programas no mercado de podcast. A empresa, que desenvolve conteúdos para o nicho tecnológico e para a área da comunicação, também produz um podcast próprio, conhecido pelo nome “Braincast”, publicado desde 2006. Em janeiro de 2021 a B9 fechou uma parceria comercial com a Rede Globo para dividir com a emissora os podcast Mamilos e “Braincast”. Olharemos para isso mais adiante com maior nível de detalhes.

Um efeito importante para entendermos mais sobre a dinâmica do mercado de podcast é a ideia de “cauda longa”. Luiz (2014), salienta que o termo “cauda longa” surgiu em 2004, cunhado por Chris Anderson. Basicamente a ideia explica que os *mercados de massa* se apoiavam em modelos de larga escala, para um público grande, conquistando assim ganhos financeiros.

Porém, por conta desse modelo que visava uma vasta produção, acabou sobrando um público menor, que se detinha em produções de menor escala. Nas considerações do autor, o resultado da “cauda longa” era a manifestação de “nichos de consumo”. Também pelo fato de que a internet favoreceu uma redução de custos no momento de produção, os podcasts atuam exatamente como produtos servidos para diferentes nichos, de forma simples e barata.

O autor Henry Jenkins, em seu livro “Cultura da Conexão” (2015) também desenvolve reflexões necessárias para entendermos mais sobre o conceito da “cauda longa”. Jenkins expressa que o valor associado às mídias de nicho ocorre em diferentes frequências, em que o tempo de sucesso normalmente não é imediato. Todavia, com o decorrer do tempo, tais mídias acabam gerando lucros que cobrem o investimento em mídias maiores. Nas palavras do autor: “Além disso, para o distribuidor nesse tipo de modelo, mesmo os títulos que nunca dão lucro são valiosos na construção da reputação da empresa como uma importante fonte de material.” (JENKINS, 2015 p. 374).

O que Jenkins (2015) defende é que o mercado de massa atinge um enorme público, porém diversificado. Assim, os mercados de massa correspondem à parte frontal da “cauda”, enquanto os produtos de um nicho específico estariam localizados na parte traseira da “cauda”, pois atraem públicos menores. O autor encerra seu raciocínio enfatizando que grande parte do público não desfruta de apenas um tipo de mídia. Portanto, as pessoas buscam experienciar o benefício de ambas as mídias, seja a de nicho, seja a de massa. Enquanto um produto da mídia de massa oferece uma noção mais ampla sobre um assunto, o produto de nicho distribui paixão e aprofundamento sobre esse assunto. O autor avalia que muitas vezes assuntos reservados a um nicho também podem atrair uma atenção amplificada, ou nas palavras dele “atrair o interesse do Mainstream” (JENKINS, 2015 p. 379). Para trazermos as reflexões de Jenkins (2015) no cenário dos podcasts, devemos fazer o exercício de pensarmos na mídia de podcast que só recentemente começou a ser utilizada por veículos maiores ou nos podcast independentes que hoje recebem patrocínio de marcas conhecidas no mercado.

Outra situação que podemos refletir é a relação emblemática do Grupo Globo com a B9. Como vimos, a empresa B9 já produzia programas no formato de podcasts desde 2006. Hoje, com a criação da B9 Company, a empresa investe na produção de cerca de 24 podcasts, com assuntos distintos. Dessa forma, a companhia pode de fato ser considerada uma autoridade nessa mídia. Já a Globo apenas recentemente iniciou a sua trajetória no espaço de podcasts. Em 2019, com o surgimento do podcast da rede G1, o “Assunto”, apresentado por Renata Lo Prete, a empresa começou a se consagrar no ramo, superando 33 milhões de downloads em 2020, segundo a própria reportagem do G1. A partir disso, o que podemos constatar é que a Globo, como uma mídia de massa, percebeu a importância do

podcast como uma mídia de nicho em ascensão, e, ao fidelizar sua parceria com uma das maiores empresas de podcast do Brasil, esta é mais uma forma de entendermos o conceito de cauda longa proposto pelo autor.

As produções de podcasts no Brasil vêm se expandindo ao longo dos anos. Segundo uma pesquisa realizada em 2019 pela agência Volt Data Lab, cerca de 100 dos principais podcasts brasileiros cresceram 200 vezes desde 2005, atingindo mais de 3.400 episódios publicados em plataformas de *streaming* em 2018. Nesse mesmo contexto, a pesquisa realizada pela plataforma de *streaming* Deezer constatou que o consumo de podcasts no Brasil teve um salto de 67% em apenas um ano. A pesquisa também mostrou que 25% dos ouvintes escutam mais de uma hora de podcast por dia.

Quando realizamos o exercício de pensar nos podcasts como um modelo para conquistar o público da web, podemos visualizar muitos benefícios. Assim como observam os autores Teixeira e Silva: “Esse é o caso do Podcast integrado a uma plataforma de Rádio Web, representando um valioso espaço para a popularização da informação, educação e socialização da cultura, que pode ser acessado a qualquer hora e em qualquer parte do mundo”. (Teixeira e Silva, 2010. p 255).

A praticidade é fundamental para esse crescimento, visto que o Ibope Inteligência destacou em sua pesquisa feita em 2019 que 75% dos entrevistados consomem podcast através do celular, enquanto 40% escutam o programa pelo computador e apenas 8% utilizam o tablet para ouvir podcasts. Podemos pressupor que um dos atrativos principais dos podcasts esteja no fato de que, para escutá los, basta abrir a tela do celular e clicar em uma plataforma de *streaming* como Spotify, Deezer ou iTunes, só para citar algumas entre a vasta gama de opções.

Ao analisarmos o consumo de podcast nos Estados Unidos em comparação com o Brasil, é possível perceber notáveis diferenças em relação ao consumo de podcasts. Nos Estados Unidos o mercado de podcasts é maior e mais popular. Segundo a pesquisa realizada em 2019 pelo Edison Research em parceria com o instituto The Infinite Dial e Triton Digital, 49% dos usuários masculinos consomem podcasts e cerca de 51% das mulheres também fazem parte dos usuários(as) consumidores do recurso. Porém, a tendência de crescimento de podcasts no Brasil é algo que vem se construindo, como mostra os dados do relatório *Jornalismo, mídia e tendências tecnológicas e previsões para 2020*, do Instituto Reuters, em que 53%

dos editores entrevistados visualizam nos podcasts um formato de negócios que continuará prosperando entre o público. Além disso, o relatório aponta que 51% dos entrevistados afirmaram ter consumido algum podcast em janeiro de 2019.

2.2 AUDIÊNCIA E RELACIONAMENTO

No subcapítulo anterior percorremos nosso olhar sobre o conjunto de eventos que marcaram a transformação do podcast, analisando sua origem, contexto e características. Todos os acontecimentos e questões descritos pelos autores do subcapítulo 2.1 nos ajudaram a entender melhor a história dessa plataforma. Portanto, neste subcapítulo falaremos a respeito da relação construída entre o podcasting e o seu público, as comunidades que são formadas e como ocorre a dinâmica de participação das audiências com seus programas.

Concordamos com Souza (2019) quando pensamos no exercício de definir o podcast. O autor suscita que a mídia em questão apresenta uma estrutura híbrida, abrangendo diferentes formatos sonoros, e que não é simples definir o podcast pensando em apenas um viés. Mesmo assim, o autor propõe uma elucidação a respeito da mídia. Na visão de Souza (2019, p.28) “o podcasting é um meio de publicar arquivos de mídia digital através da internet, assegurando aos usuários o acompanhamento das atualizações de modo automático, bem como a subscrição de novos arquivos”. Apesar de o podcast não estar restrito apenas ao áudio, sendo que outros conteúdos de mídia podem ser enviados por RSS, o podcast se consolidou majoritariamente no formato de áudio, assim como consta em Souza (2019).

Para refletirmos sobre os conceitos de audiência e relacionamento do público com esse tipo de mídia sonora, é propício citarmos duas pesquisas que analisaram o atual panorama dos podcasts. Primeiramente, a *PodPesquisa Produtor 2020/2021*, realizada pela Associação Brasileira de Podcasters (ABPOD, 2020) identificou importantes mudanças de rumo no ambiente da podosfera. Os dados da pesquisa foram coletados em 2019, nas datas de 14/março a 30/outubro, e mostram que no período do surgimento da pandemia do coronavírus, no início de 2020, a queda do número de ouvintes no Brasil se deu no final de abril e final de maio. Porém, assim como em outros países do mundo, a situação foi se revertendo aos poucos. O Brasil teve um crescimento significativo de 16% do número de consumidores da plataforma em questão. Esses números se refletem na quantidade de ouvintes de 2019, que

eram 17,3 milhões, e passaram para a média de 20 milhões a 34,6 milhões em 2020.

Em segundo, vale citarmos a pesquisa dos Estados Unidos, feita pelo *Instituto Edison Research* em parceria com o *Infinite Dial*, compartilhada em janeiro de 2021. O estudo trouxe dados relevantes sobre o consumo da mídia pelo povo norte-americano, que lidera o Brasil no número de programas e produções de podcasting, e é visto como um modelo de referência, não apenas para o Brasil, mas para o resto do mundo.

Segundo a pesquisa citada, atualmente 57% da população norte-americana já ouviu um podcast, correspondendo a uma estimativa de 162 milhões de pessoas. A idade dos usuários que mais consomem essa mídia está na faixa etária de 12 a 34 anos, que em dados se reflete em 46% dos consumidores, representando uma estimativa de 14 mil norte-americanos. O público norte-americano do sexo masculino ainda é maior do que o público feminino no consumo desses programas de áudio. Os números da pesquisa demonstram que em 2021 os ouvintes do sexo masculino somam 43%, enquanto as ouvintes contam com 39% da população. Na porcentagem voltada para as questões de raça, a maioria dos ouvintes são brancos, totalizando 57% dos cidadãos norte-americanos.

Outro fator de relevância posto nas observações da pesquisa é que, apesar do público majoritário dos ouvintes serem brancos, a população hispânica/latina também vem consumindo o formato de mídia, com um número consideravelmente menor em comparação com a população branca, mas, ainda sim, chegando em 2021 com 16% de consumidores. Já a população negra teve uma diminuição de 2016 para 2021. Se antes a taxa de ouvintes negros dos Estados Unidos era de 16%, o número acabou diminuindo em 2021 para 13%.

Em suma, a última observação que cabe mencionarmos diz respeito ao aplicativo de *streaming* Spotify. A pesquisa indica que a marca de áudio tem se expandindo cada vez mais, alcançando o total de 29% de usuários norte-americanos que usam a plataforma. Em razão disso, o Spotify desempenhou um papel de difusor da cultura do podcasting e, com ela, incrementou seu alcance.

Para avançarmos nas especificidades de relacionamento e audiência dos podcasts, é apropriado utilizarmos ainda as reflexões de Souza (2019) sobre essa mídia. Desde o momento da aparição do podcast ao mundo, em 2004, sempre ocorreram discussões e comparações com as rádios tradicionais. O autor considera

que não há uma concordância absoluta a respeito de o podcast ser ou não uma versão mais sofisticada e evoluída do rádio. Contudo, é necessário realizarmos uma comparação entre os dois formatos de audiência, com o objetivo de entendermos melhor suas diferenças de relação entre o público, afinal, existem diferenças e particularidades na forma com que os ouvintes utilizam as duas mídias.

Souza (2019) compreende que a relação do podcast com seu público de ouvintes é de total autonomia. O autor traz o modelo de radiodifusão para fazer uma comparação com a prática do podcasting. Na percepção dele, o podcasting se diferencia do rádio, principalmente, pela questão do tempo e do consumo. Em outros termos, os consumidores decidem em que momento, ritmo, lugar e maneira irão consumir essa mídia sonora. Ainda, o podcast estabelece uma relação de periodicidade com seu ouvinte, focando na produção de um único programa, que pode ser diário e até mesmo semanal. Outra diferença notável que podemos perceber entre o podcast e o rádio convencional está no fato de que, enquanto uma emissora de rádio arca com um alto custo para inserir músicas em sua grade de programas, o podcasting costuma utilizar acervos sonoros livres de direitos autorais. Além disso, as trilhas do podcast têm a função de complementar a palavra dos locutores de podcast, como bem evidencia Souza:

O podcast, tão associado às facilidades técnicas e a um custo de produção muito menor que aquele dispendido por uma emissora, é pressionado a fugir do modelo radiofônico em razão da receita mais enxuta – além da questão estratégica, dado que esse tipo de conteúdo já está contemplado. Em função do cenário, os programas — no podcasting — edificam um ambiente sonoro norteado e atravessado pela palavra, complementando o verbo enunciado. (SOUZA, 2019, p. 30)

Segundo Jenkins (2015), a lógica das redes aproximou o público consumidor da sua mídia ou produto de tal forma que muitos consumidores se tornam produtores da mídia que consumiam. Esse efeito gera uma cultura altamente participativa, na visão do autor. Ao pensarmos na realidade do podcast, mais uma vez é relevante trazer para discussão a já mencionada *PodPesquisa Produtor 2020/2021* que revela dados em que 65,70% do público inserido na podosfera produz seus podcast por hobby, sem lucrar com seu próprio programa. Em comparação, apenas 24,7% dos produtores recebem alguma receita na produção. E, analisando equipes de trabalho, a pesquisa mostra que 14,6% dos podcasters estão conseguindo remunerar sua equipe de produção. E, dentre as estratégias de

remuneração, os dados da pesquisa apontam que o financiamento coletivo ainda é a principal fórmula para reter lucro.

A partir desse ponto, Jenkins (2015) reitera os benefícios de uma cultura participativa. Ele argumenta que integrantes de comunidades aprendem sobre participação a partir de uma observação atenta, e passam a apoiar outros membros da comunidade. Ora, tal participação pode ser percebida no relacionamento entre comunidades de ouvintes com programas de podcast. Não por coincidência a *PodPesquisa Produtor 2020/2021* expõe que 52,4% dos produtores de tais programas de áudio não executam captação de recursos. A estratégia mais rentável a que os podcasters recorrem é o financiamento coletivo. Esse recurso é apoiado pelo público do programa que se sente movido a ajudar e contribuir pois gosta e acredita no produto que consome.

Nessa base, o autor adiciona que na era digital o podcasting alcançou uma cultura de participação entre os ouvintes que até então o rádio não havia conseguido, ou ao menos não desta maneira. Com a tecnologia de podcast, o público foi capaz de se dividir em distintos grupos e começar a produzir e fornecer conteúdo, prática que era apenas realizada pelas emissoras de rádio. Shirky (2011) enxerga que a redução no que tange ao compartilhamento de algum conhecimento é fundamental para aumentar o conhecimento sobre algo, e por consequência aumentar a comunidade em torno de um tema ou assunto. “Hoje, a internet está reduzindo o custo de transmitir não só palavras, como também imagens, vídeo, voz, dados brutos e tudo mais que possa ser digitalizado” (SHIRKY, 2011, p. 127).

No período atual, marcado pelas constantes transformações digitais, Jenkins (2015) sugere que o ato da participação é algo organizado e estruturado entre coletividades e conexões sociais. Tal participação se estende também para as instituições corporativas que investem recursos em produtos que compartilham causas e visões semelhantes a essas empresas. O autor destaca esse tipo de participação como “comunidade de marcas”. Ou seja, as empresas desejam atingir uma audiência de uma comunidade em especial, e se utilizam da propaganda como mecanismo para chamar a atenção do público. No contexto dos podcasts essa prática é muito natural. Vejamos por exemplo o podcast Mamilos que estamos investigando. O Mamilos recebe patrocínio da rede de bancos Bradesco. Em todos os programas, as apresentadoras citam a marca Bradesco nos minutos iniciais do episódio. No site do podcast, o Bradesco também aparece sempre na descrição dos

episódios. Pelo fato de o Mamilos ser um programa voltado para assuntos sociais, a maioria dos episódios toca em temas que envolvem preconceitos da sociedade, tabus e discriminações contra minorias, diferentemente de outras plataformas de mídia, que não abordam esses assuntos com certa profundidade. Logo, a audiência do podcast se identifica e tem interesse nesses assuntos. Desse modo, podemos acreditar que o objetivo da empresa Bradesco é se posicionar a respeito desses assuntos, e mostrar que os valores da empresa estão de acordo com os pensamentos que o Mamilos expõe. A própria mensagem costuma direcionar a discussão para aspectos sociais, em vez da venda de produtos financeiros. Jenkins (2015) afirma que uma consequência que pode ocorrer na junção entre corporação e comunidade é de as comunidades se tornarem meros propagadores de marcas, sendo alvos manipuláveis para que as corporações apenas despejem suas propagandas para o público da comunidade. Os pensamentos do autor sugerem que a intenção dos veículos não é de criar comunidades, e sim seduzir a audiência dessas comunidades de forma mais simples, que pode ser vista quando uma empresa aparece em determinado programa.

Para desenvolvermos o fundamento de comunidades concebidas na superfície dos podcasts, nos apoiamos na visão de Shirky (2011), que cita a expressão “comunidade de prática”, que significa comunidades que têm como objetivo compartilhar um conhecimento específico, além de prover uma base para a identidade de certo grupo. O autor explica que, embora o conhecimento das comunidades passe por mudanças e configurações diante do tempo, o compromisso que a comunidade estabelece com seu grupo identitário permanece para sempre. Aqui, convém citar uma situação polêmica que envolveu o podcasts Mamilos com a influenciadora digital Nathália Rodrigues, conhecida nas redes sociais como Nath Finanças, em 2020. Segundo a matéria escrita por Livia de Souza, no portal *Observatório da Imprensa*, o episódio 238 do Mamilos, nomeado “Finanças pessoais” tinha como convidados o youtuber Thiago Nigro e a influenciadora e também youtuber que citamos, Nath Finanças. O que ocorreu no programa foi que a jovem influenciadora não teve sua voz validada, perdendo a oportunidade de fala no programa. Enquanto as apresentadoras focaram o programa em suas experiências pessoais, o resto do tempo foi concedido ao youtuber Thiago Nigro.

Após o lançamento do episódio, o Mamilos recebeu uma enxurrada de ataques virtuais, que questionavam até mesmo o lema do programa, que é o de

“construir pontes”. É importante dizer que Nath Finanças é uma jovem mulher negra que tem como público alvo a população de baixa renda. Já Thiago Nigro é um jovem branco que traz conteúdos voltados para investimentos, com um público de uma realidade social de classe média e alta. Pelo fato de o Mamilos defender e se posicionar sobre pautas sociais e identitárias, no episódio em questão isso não ocorreu. Em síntese, os ouvintes do programa, assim como o público da influenciadora, criticaram a ação das apresentadoras em silenciar uma jovem negra, e dar voz apenas para Thiago Nigro, um homem branco.

No Programa seguinte, Juliana e Cris prontamente se desculparam no início do episódio 239, dando razão às críticas recebidas, e assumindo seu erro perante a comunidade de ouvintes. Para consertar as falhas, o Mamilos deletou o episódio de suas redes. A proposta de trazer esse caso simbólico tem como objetivo observarmos mais atentamente a ideia de Shirky no que concerne à "comunidade de prática". Temos em vista que a lealdade e o compromisso que uma comunidade assume é essencial na manutenção, crescimento e união com seu grupo. Esse caso em particular demonstra que o Mamilos (apesar de seu erro percebido pela audiência, e confirmado pela equipe) assumiu a responsabilidade e corrigiu o problema, excluindo aquele episódio do ar. Como avalia Shirky (2011) as comunidades giram em torno de uma cultura que simboliza como tais comunidades devem agir no seu modo de trabalho, e no tratamento de seus membros. Enfim, o Mamilos soube escutar os alertas e críticas de sua comunidade, comprometendo-se a aprender com a situação, e não repeti-la novamente, ao menos até agora.

Por fim, exploramos o conceito de audiência nos podcasts, entendendo que cada audiência se relaciona de forma diferente com seu programa, pois as mesmas se dividem em comunidades, cada qual permeada por uma cultura própria, que Shirky (2011, p.122) descreve como “um conjunto de normas e comportamentos aceitos coletivamente num grupo”. Os podcasts se expandem a partir de um troca genuína com seu público, por vezes aceitando as críticas e levando em conta que o conhecimento sobre determinado tema deve ser compartilhado e alterado, quando necessário. Dessa forma, a mídia de podcast estabelece uma relação de confiança com seus ouvintes, atraindo cada vez mais consumidores neste promissor mercado de áudio. Com um custo reduzido e facilidade na distribuição de programas, que são disponibilizados em diversos agregadores, em que muitos casos os ouvintes conseguem consumir o programa de forma gratuita, os podcasts conseguem

alcançar e formar vastas comunidades e segmentos. Na concepção de Freire (2018):

Assim, na identificação se cria uma confiança construída, que pode ser utilizada também para o oferecimento de bens de consumo. De certa forma, pode-se dizer que muitos podcasters humanizam essa relação de consumo: o ouvinte dá crédito no que seu emissor indica e uma compra é feita partindo da paridade de opinião e da identificação. (FREIRE, 2018, p. 62)

Para o autor, os podcasters podem desempenhar uma função de influenciadores com seu público. Pelo forte caráter opinativo que grande parte dos podcasters exercem, os ouvintes tendem a acreditar e confiar mais nas mensagens e ideias passadas por esses programas. Não obstante, essas estratégias de conexão que ocorrem entre os podcasters e sua comunidade perpassam para atividades comerciais.

2.3 OS PODCASTS COM FOCO JORNALÍSTICO

O crescente movimento dos programas no formato de podcast, como vimos no subcapítulo anterior, atraiu o interesse da imprensa. Em um contexto de transformações digitais, surgem diversas iniciativas tanto da parte de veículos independentes jornalísticos quanto tradicionais, com o propósito de prover serviços que circulem em um cenário digital. A pesquisa *Digital 2021* realizada pela agência “We are Social” em parceria com “Hootsuite” traz dados importantes sobre as estatísticas digitais no mundo. Diante disso, a pesquisa revelou que em janeiro de 2021 a população brasileira na faixa etária de 16 a 64 anos utilizou a internet por cerca de 10 horas por dia, em diversos dispositivos. Essa análise nos faz compreender o surgimento de centenas de projetos nas múltiplas plataformas digitais. Dentro do jornalismo, fica claro o valor de conteúdos pensados e desenvolvidos para a esfera online, afinal a população brasileira se encontra cada vez mais imersa no meio digital. Eis que é notável a ação da mídia tradicional ou independente nos últimos anos, com o surgimento de projetos que conversem e engagem o público assíduo da internet. Portanto, neste capítulo iremos nos atentar

em identificar alguns dos principais projetos de jornalismo, com recorte na mídia de podcast para compreender o cenário da plataforma no Brasil.

Dessa forma, existem programas jornalísticos independentes que surgiram em um período de tempo anterior à popularização de podcasts por parte dos veículos de mídia. É o caso de um dos podcasts mais conhecidos no Brasil, o “Projetos Humanos”, que faz parte da rede independente *Half Dead*. Com seu conteúdo no formato de *storytelling*, apresentado pelo podcaster Ivan Mizanzuk, o programa surgiu em 2015 e teve um crescimento significativo nos últimos anos, fechando a marca de quatro temporadas que investigam histórias de crimes verídicos no Brasil. Lorenzetti (2019) atenta que:

Embora o host do podcast não seja jornalista por formação, o conteúdo elaborado por ele apresenta elementos jornalísticos, como entrevistas, apuração, verificação e possui um compromisso com o público de informar, esclarecer, elucidar questões esquecidas, ouvir fontes (mesmo que estas apresentem posições adversas) e manter a lealdade com o público [...] (LORENZETTI, 2019, p. 78).

Trazendo a reportagem de Fabio Previdelli, publicada em 2020, no veículo Uol, o “Projetos Humanos” atingiu cerca de 5 milhões de downloads. Devido a tamanha notoriedade, o programa firmou um contrato com a Rede Globo, e atualmente o podcast fica disponível nos catálogos da Globoplay. Além disso, o projeto também ganhará uma série documental, que será transmitida a partir de maio de 2021 na Globoplay (Correio Braziliense, 2021).

Apesar do “Projeto Humanos” ter emplacado em 2015, outras iniciativas de âmbito jornalístico levaram algum tempo para serem desenvolvidas. Assim, passados dois anos, surge em 2017 um dos podcasts pioneiros associados a veículos, o programa “Estadão Notícias”, do jornal O Estado de S. Paulo. Com duração de 20 minutos, traz análises e informações dos fatos que ocorreram na semana. No próximo ano, surge o podcast “Foro de Teresina”, criado pelo veículo independente Piauí, marcando sua estreia em 2018. Com o intuito de fazer análises da conjuntura política brasileira, o programa conta com a participação dos jornalistas Fernando de Barros e Silva, Bernardo Esteves e Thais Bilenky. A produção do “Foro de Teresina” é realizada pela Piauí em parceria com a Rádio Novelo, e já soma mais de 100 episódios. O formato do programa é desenvolvido através de mesa redonda, onde os jornalistas citados discutem os assuntos que estão mais em pauta na

política do país. Mais tarde, ainda em 2018, outro veículo independente também começou a se inserir no ambiente dos podcasts, o Nexo Jornal. Desde sua origem, em 2015, o Nexo sempre foi um jornal digital, com conteúdos projetados para o consumo de notícias online. Por isso, é natural que os conteúdos se expandissem para o formato de podcasts. O Nexo possui quatro podcasts, sendo o programa “Durma com essa” o mais popular entre eles. Com atualizações semanais sobre algumas das principais notícias não apenas no Brasil, como também no mundo, o programa alcançou em 2020 17 milhões de reproduções, segundo a matéria publicada pela redação do Nexo. Diferentemente do “Foro de Teresina”, o programa “Durma com Essa” apropria-se do formato de entrevista, com um convidado diferente em cada episódio. A média de duração do programa varia entre vinte minutos ou menos, sendo um podcast que atrai a atenção de ouvintes que dispõem de um curto período de tempo do dia para se informarem. No mesmo período, ainda em 2018, outros programas foram aparecendo com a ambição de ocupar um espaço nesse formato de mídia. Assim, veio ao ar o “Presidente da Semana”, criado em 2018, e que marcou a entrada do veículo Folha de São Paulo na área dos podcasts. O programa em questão contou com 29 episódios que se atentavam a contar a história de cada um dos presidentes do Brasil. Apresentado pelo jornalista Rodrigo Vizeu, o último episódio se concentrou no atual presidente do país, Jair Bolsonaro. Embora o programa já tenha se encerrado, a Folha de São Paulo abraçou o mercado de podcast, produzindo mais 11 programas do gênero, incluindo o “Café da Manhã”, mencionado no capítulo anterior, lançado em 2019 de forma colaborativa com a plataforma Spotify. Novamente, Rodrigo Vizeu assumiu a apresentação do programa ao lado da jornalista Magê Flores. Mais tarde, Vizeu foi substituído pelo jornalista Marcelo Meirelles, que já apresentava um dos podcasts da rede, o “Expresso Ilustrada”. O último integrante a fazer parte do programa foi o repórter Bruno Boghossian. O podcast utiliza o formato de entrevista, sempre contando com um ou mais especialistas sobre um tema factual. O “Café da Manhã” foi indicado em 2020 ao prêmio Ibest. A premiação estava focada nos podcasts mais relevantes no cenário digital do Brasil. Junto com o “Café da Manhã” estavam outros dois podcasts jornalísticos indicados, o Mamilos e o “Assunto”, do G1. “Café da Manhã” e “Assunto” foram, ambos, os vencedores do prêmio. Assim como o podcast da Folha, o “Assunto” do G1 se assemelha muito à estrutura do “Café da Manhã”. O programa

também é semanal, discute os assuntos em alta no país, se apropria do formato de entrevista e surgiu em 2019. Uma das poucas diferenças entre os programas é que no “Assunto” apenas a apresentadora Renata Lo Prete compõe o programa.

2.3.1 O caso do podcast Mamilos

Para compreender melhor o podcast Mamilos, temos de refletir sobre a produção envolvida com o programa, a empresa Brainstorm9 (B9). Responsável por produzir conteúdos em diversos formatos, ligados a temas como inovação e o mercado de tecnologia, a B9 opera desde 2002. Ao analisar a empresa, assumimos que hoje ela está essencialmente envolvida na produção de muitos programas de prestígio no mercado de áudio. Apesar de manter suas atividades que, como mencionamos, consistem no desenvolvimento de conteúdos sobre tecnologia, a empresa passou por um reposicionamento interno em 2019. Passou a adotar publicamente o nome de sua marca paralela, a B9 Company, que presentemente tem foco exclusivo na produção de mais de 20 programas do formato podcast. Em um release publicado em 23 de maio de 2019, no site oficial da Brainstorm9, a marca explica que o surgimento da B9 Company provém da união do fundador da B9, Carlos Merigo, com as apresentadoras do podcast Mamilos, Juliana Wallauer e Cris Bartis. No release também fica explicado que a empresa ainda continuará produzindo seus conteúdos da mesma forma, mas assume esse novo papel de ser a “maior produtora especializada em podcasts do Brasil”, como a marca se autointitula.

Anteriormente, em 2006, Carlos Merigo e a equipe da B9 já produziam nessa época o primeiro podcast da empresa, o “Braincast”, ativo até os dias de hoje. O programa discute temas do universo da cultura digital e o mercado da comunicação. Em tom humorado, no formato roda de conversa, o “Braincast” assemelha-se ao formato do “Nerdcast”. Em 2014, Juliana Wallauer e Cris Bartis aliaram-se a B9 com o podcast Mamilos, contando com os serviços da empresa e com a produção de uma das integrantes do time da B9, Bia Fiorotto. O Mamilos se tornou um sucesso de audiência, alcançando 1 milhão de ouvintes mensais, segundo dados do site da B9. Tal sucesso foi reconhecido pela veiculo Globo, resultando em uma parceria comercial com a B9.

Conforme a notícia publicada no site da Brainstorm9, o acordo com a tradicional rede de televisão tem como premissa a promoção e comercialização dos programas citados acima, o Mamilos e “Braincast”, que são os podcasts com maior audiência da empresa B9. Com isso, a Globo passa a ter direitos dos arquivos de ambos os podcast, que atualmente ficam disponíveis no catálogo da Globoplay, a plataforma de *streaming* da emissora. De acordo com a rede B9, a parte de produção, distribuição e o editorial da empresa serão mantidos de forma íntegra e independente, assegurando aos ouvintes que a estrutura dos programas continuará como sempre foi.

Prosseguindo, o Mamilos, durante seu surgimento até o momento, já realizou 296 programas que possuem uma média de uma hora por episódio. Para debater assuntos críticos da sociedade, por vezes amplamente discutidos na mídia, por outras vezes, com uma margem pequena de discussão, as apresentadoras promovem o encontro de especialistas em diferentes áreas, tendo como objetivo gerar um debate coeso e necessário, como nas palavras do programa, “fazer Jornalismo de peito aberto”. O programa recorre à popular prática do *crowdfunding* como forma de manter a estrutura e demais gastos. A arrecadação do recurso aparece de forma transparente no site, com um total de 767 assinantes que, além de contribuírem com a plataforma, consolidam a comunidade do programa. O número de assinantes corresponde ao somatório de R\$ 8.485 mensais, e segundo a plataforma esse valor condiz com 56% da meta de arrecadação do podcast, que seria de R\$15.000,00. Como maneira de manter a reciprocidade com sua comunidade, o Mamilos oferece conteúdo exclusivo para a base de assinantes a partir de sua newsletter semanal, batizada de “Mamilonews”, que se dispõe a estender assuntos relacionados aos conteúdos trazidos no podcast. O valor mensal solicitado pela plataforma é de R\$ 9,00.

Na lógica de Souza (2019) alguns padrões do Mamilos caracterizam a forma com que o programa se expressa diante do público, visando trazer nos episódios jargões como “espaço de encontro”, “lugar de empatia e respeito”, “polêmica com embasamento e tolerância”, “espaço pra deixar a lacração de lado e vir com mente e coração abertos” (SOUZA. 2019, p. 31). Entre outras práticas, o lema também usado “Construir pontes ao invés de provar pontos” sugere, na defesa do autor, um cenário de diálogo plural e harmônico. Outro ponto em que o programa sempre trabalha,

segundo o autor, é na comunicação com seus ouvintes, com troca e exposições de feedbacks, através das redes sociais, como bem evidencia Souza (2019, p. 40): “Se, por outro lado, essa interação passa pelo crivo e pela mediação das apresentadoras, considerando a recursividade entre as noções dialógica e discursiva, pode-se dizer que há aí a busca por um equilíbrio.”

Finalmente, o resultado do Mamilos em optar por um diálogo plural pode ser visto na perspectiva do autor como um incentivo para que a “construção de pontes”, pregado como uma espécie de mantra pelas apresentadoras, passe a se tornar uma prática percebida, não somente com palavras, mas na trajetória dos podcasts que seguem se expandindo e ainda relevante, pois sua forma de diálogo desemboca em uma plataforma tolerante com o diálogo e com opiniões diferentes. No aspecto digital, o Mamilos detém uma reputação que, em números, é visto com 127 mil seguidores na sua conta do Instagram, passando por 75,9 mil seguidores no Twitter e 46 mil seguidores em sua página do Facebook. O programa, além de disponível em seu site, também pode ser consumido nas plataformas Spotify, Amazon Music, Apple Podcasts, Google Podcasts, e mais recentemente, na Globoplay.

3 A PANDEMIA DO CORONAVÍRUS

As discussões referentes à pandemia do Coronavírus percorrem as mais diferentes esferas da sociedade. Com o jornalismo não foi diferente. Nesse sentido, trazemos neste capítulo um resgate sobre fatos marcantes da pandemia da Covid 19, a reação da imprensa ao noticiar a realidade do vírus e como as práticas do jornalismo passaram por mudanças necessárias, conforme o contexto da doença. Para compreender essas mudanças, nos dedicamos a observar as configurações nas dinâmicas de trabalho por parte de muitos veículos do país, como a adoção de medidas fundamentais de segurança, tais como o uso de máscaras por parte dos repórteres e às rotinas de serviço que integraram o sistema home office.

Por fim, tratamos de outras questões relevantes, como a formação do Jornalismo Científico e de Saúde, e a existência das coberturas jornalísticas ao longo de doenças e pandemias que emergiram em contextos passados.

3.1 PANDEMIA E JORNALISMO

A partir do início de 2020, diversos países do mundo tomaram consciência da existência da Covid-19, uma doença decorrente de uma nova espécie da linhagem Coronavírus, a Sars-Cov-2. As manifestações iniciais do vírus ocorreram em dezembro de 2019, em Wuhan, uma populosa cidade da China. Como consta no relatório Novel Coronavirus (2019-n CoV) da Organização Mundial da Saúde (OMS), no período de 31 de dezembro de 2019 até 03 de janeiro de 2020, 44 casos de pacientes com pneumonia de um gerador desconhecido de vírus estavam sendo registrados em Wuhan e reportados para as autoridades chinesas. Não demorou para que outros países começassem a detectar casos do vírus oriundo de Wuhan. Frente a isso, nos dias 11 e 12 de janeiro, a Comissão Nacional de Saúde da China informou com detalhes à OMS que havia descoberto um novo tipo de Coronavírus, e que as suspeitas primárias de surto do vírus poderiam ter partido através de um mercado de frutos do mar, localizado em Wuhan. O relatório ainda mostra que em 20 de janeiro de 2020 já haviam 282 ocorrências dessa nova linhagem descoberta da família do Coronavírus em outros países, sendo: 278 quadros da doença na China, 2 casos na Tailândia, 1 caso na Coreia do Sul e mais 1 caso reportado no Japão.

Com um aumento frequente nos casos, além de múltiplas mortes provocadas pelo vírus, e um contexto cada vez mais caótico, o vírus começou a se espalhar por outros lugares do mundo. A OMS, que esteve em constante monitoração da doença, decidiu em 11 de março de 2020 declarar oficialmente a Covid-19 como uma pandemia mundial. No período em questão, já existiam 118 mil casos em 114 países, somando ao todo 4.291 falecimentos pela doença. A Covid-19 é uma doença de características respiratórias, assim como todas as doenças da linhagem do Coronavírus, e que pode ser transmitida via gotículas de saliva, assim como pelo ar, e que também pode ser contraída através de objetos contaminados.

De acordo com o site da OMS, encontramos na categoria Q&A (Perguntas e Respostas) que os “sintomas da COVID-19 vão desde febre, fadiga, tosse seca, dores de cabeças, perda do olfato e paladar, até conjuntivite e diarreias. A partir de uma percepção no cenário brasileiro, vemos que na data 20 de março, 9 dias após o pronunciamento oficial da OMS, o Ministério da Saúde declarou em todo o território

Nacional do país o estado de transmissão comunitária por Coronavírus. Desde o momento em que vírus adentrou no Brasil, houve uma descrença por parte das instituições governamentais, incluindo o próprio presidente da República, Jair Bolsonaro (sem partido), que diante de pronunciamentos públicos, esboçou profundo deboche com a doença, utilizando jargões como “é só uma gripezinha” (G1, 2020) entre outros tantos, que enfatizavam desdém sobre o cenário epidêmico no Brasil, que em sua fase inicial não era visto como “crítico”.

Com o agravamento da pandemia no Brasil ainda em 2020, somado à ocorrência de episódios de descaso do Governo Federal, e uma situação catastrófica no âmbito sanitário, econômico e social, eis que os veículos da imprensa brasileira, em meio a isso, se uniram para coletar dados, averiguar fatos, e atuar de forma colaborativa, com a premissa de levar a realidade da pandemia, sem omissão de dados, à população brasileira. Essa união resultou no consórcio de veículos de imprensa, iniciativa surgida em 08 de junho de 2020, encabeçada por alguns dos veículos mais importantes do país como G1, O Globo, Extra, O Estado de S.Paulo, Folha de S.Paulo e UOL (G1, 2020). A colaboração presente na união dos veículos pode ser associada à concepção do Jornalismo Colaborativo. Foschini (2006) destaca que este modelo de jornalismo é sempre realizado por mais de uma pessoa, ou nesse caso, empresa de mídia, onde diversos autores trabalham juntos no resultado final de uma reportagem, vídeo, sons ou imagens. Dessa forma, o consórcio de veículos foi formado a partir desta noção de colaboração, contribuindo e repartindo as informações mais relevantes obtidas sobre a Covid-19.

Um dos efeitos motivadores para a criação do consórcio, como analisa a reportagem do G1, foram os sucessivos eventos marcados pela falta de transparência do Ministério da Saúde. A reportagem destaca alguns exemplos da falta de clareza nos dados, como a mudança nos horários de boletins que divulgavam os casos sobre a Covid-19. Inicialmente o boletim era divulgado pelo ex-ministro da saúde, Henrique Mandetta, às 17h. Logo, passou para às 19h, e em seguida às 22h.

A razão da mudança de horários por ordem do Governo Federal não apresentava justificativas e passou a prejudicar o trabalho dos telejornais e demais veículos do impresso na notificação da doença. O consórcio surgiu para assegurar notícias verídicas, com apurações transparentes sobre todos os fatos envolvendo a

Covid-19. Na prática os veículos citados acima trabalham em conjunto com o objetivo em comum de partilhar as informações obtidas sobre a pandemia do Coronavírus. O planejamento adotado pelos veículos é de recolher todos e quaisquer dados, através das Secretarias Estaduais de Saúde, e assim divulgá-los em seus respectivos portais, às 20h, no horário de Brasília, prazo que permanece até a publicação do presente trabalho.

Trazendo um olhar sobre o papel do jornalismo em meio a esse cenário de crise, podemos notar que a profissão enfrenta uma série de mudanças, as quais afetaram a rotina e até a realidade de diversas redações ou veículos, seja nos hábitos de trabalho ou até na forma de se produzir notícias. No artigo publicado em 27 de março de 2020 pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO), identificamos alertas sobre como as redações deveriam prezar pela segurança dos jornalistas durante o período de pandemia, em que a saúde desses profissionais está completamente exposta. O artigo pondera que

A segurança física e psicológica dos jornalistas deve vir em primeiro lugar [..]. As agências de mídia devem garantir que os jornalistas sejam treinados em precauções sanitárias e estejam equipados com materiais de proteção. Ao enviar jornalistas para noticiar sobre o vírus, sua segurança deve ser uma prioridade (UNESCO, 2021).

Fazendo um recorte no Brasil, vimos notáveis modificações nas rotinas das redações, como na Rede Globo, que assumiu o compromisso de apurar e maximizar conteúdos relativos à pandemia do Coronavírus. As primeiras transformações na grade de programação da emissora ocorreram em 17 de março de 2020, uma semana após a declaração da OMS sobre a pandemia. Assim, a Globo suspendeu determinados programas de sua rede habitual, entre eles: Mais Você, Encontro com Fátima Bernardes, Globo Esporte e Se Joga e foi criado o programa Combate ao Coronavírus (Gshow, 2020), com a proposta de noticiar as informações mais relevantes sobre a pandemia com o jornalista Márcio Gomes e convidados especialistas no assunto, para responder ao vivo algumas perguntas selecionadas dos espectadores. O programa, que teve seu início em 17 de março, a partir das 10h, com duas horas de duração, foi transmitido até 20 de maio, juntando o total de 60 especialistas convidados, e 800 questões deixadas pela audiência, que foram respondidas no decorrer do tempo em que o programa esteve ativo na emissora (Folha de SP, 2020). O planejamento da emissora também fez questão de inserir o

programa Praça TV 1ª edição no lugar do Globo Esporte, trazendo as notícias e impactos do universo do esporte diante da pandemia, com jogos e campeonatos cancelados. Além disso, outros programas da Globo, como o Jornal Hoje e o Jornal Nacional passaram a prolongar seu horário de duração, focando em trazer mais notícias sobre a doença. Ressaltamos outras medidas tomadas pela emissora, que incluíram o sistema home office a partir de 21 de março para os jornalistas da emissora com mais de 60 anos (Uol, 2020) que de acordo com a OMS é a faixa etária de maior risco. Outras emissoras do canal aberto da televisão, como Record TV, SBT e Band buscaram respeitar as práticas de distanciamento social, cancelando programas e produções que estavam em andamento, com a finalidade de reduzir o número de funcionários nos estúdios (Extra, 2020). A Record TV, assim como a Globo, permitiu que os seus funcionários na faixa etária de 60 anos ficassem em suas casas, de quarentena (Uol, 2020). Na emissora Bandeirantes, o apresentador Datena informou em seu programa no dia 21 de março que, devido à Covid-19, passaria a gravar o Brasil Urgente em sua residência (Uol, 2020).

Outras empresas de mídia brasileiras também adotaram novas fórmulas em função da pandemia. Como exemplo, o Nexo Jornal desenvolveu sua newsletter Boletim Coronavírus, proporcionando conteúdos apurados pela empresa, focados exclusivamente nas questões da pandemia. O portal de notícias digital, GaúchaZH, que produz reportagens apenas para assinantes, passou a permitir em 16 de março que usuários acessassem gratuitamente todos os conteúdos diretamente ligados ao Coronavírus, como maneira de contribuir para a disseminação de informações sobre a pandemia. Outro fator que se tornou comum no decorrer da pandemia foi a adoção de máscaras por parte dos repórteres de diversos veículos. Para ilustrar esse padrão, citamos como exemplo o Jornal da Globo, onde a âncora, Renata Lo Prete anunciou no dia 03 de abril que a equipe iria começar a realizar suas atividades com o uso frequente de máscaras (Globoplay, 2020).

As adaptações das quais falamos acima para que os jornalistas pudessem continuar atuando de maneira minimamente segura também surtiram implicações negativas na profissão. Como apontado no relatório que buscou fazer um levantamento de dados pela Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ), publicado oficialmente em 16 de julho de 2020, cerca de 3.930 profissionais no país, que

ocupam cargos em redações com carteira assinada, baseados em sindicatos trabalhistas, tiveram redução nos salários no decorrer da pandemia do Coronavírus.

Assim como vemos neste trecho do relatório:

A maioria dos acordos notificados pelos sindicatos foram de redução de 25% dos salários e das jornadas, com 3.808 jornalistas afetados, assinados individualmente pelos trabalhadores, já que a MP determina a obrigatoriedade de acordo coletivo assinado com os sindicatos somente para reduções de 50% e 70% dos salários, afetando 122 jornalistas. De acordo com o levantamento, os acordos foram assinados em 110 empresas do país. (FENAJ, 2020)

O levantamento também mostrou que 81 jornalistas tiveram seus contratos de trabalho suspensos e outros 205 profissionais acabaram sendo demitidos. Dentre algumas das regiões brasileiras em que o levantamento foi realizado, estão o Distrito Federal, São Paulo, Paraná, Santa Catarina, Ceará, Londrina, Maranhão, e a lista continua. O relatório ainda faz um alerta para a gravidade do sucateamento que os profissionais do jornalismo enfrentam nos tempos de pandemia, uma vez que o jornalismo é regulado como uma atividade essencial, onde os profissionais da imprensa estão em constante risco de vida ao fazer a cobertura do Coronavírus, e ainda sim, precisam lidar com outras difíceis questões, como desemprego, reduções, e outros problemas de saúde causados por sobrecarga e estresse.

Outra pesquisa feita pela FENAJ no período de 20 de maio até 10 de junho, dessa vez com foco na jornada de trabalho dos jornalistas diante da pandemia descobriu que 75,2% estava trabalhando no modo home office, contra 24,8% que manteve a atividade presencial. 55,5% destes experienciaram um aumento relacionado à pressão no trabalho, como acúmulo de atividades, sobrecarga de horário e também cobrança por resultados. A pesquisa também pode confirmar que

Em relação ao combate à pandemia, apesar de 79% terem respondido que as empresas têm garantido condições de saúde e segurança para o exercício da profissão, apenas 17,5% dos entrevistados consideraram satisfatórias a quantidade de EPIs fornecida; enquanto 47,7% acreditam que as empresas poderiam melhorar as condições de trabalho diante do quadro de pandemia, 26,5% não souberam responder a essa questão. (FENAJ, 2020)

O sistema de home office foi adotado não apenas pelos grandes veículos de comunicação, mas por grande parte de empresas da área, desde pequenas até

médias empresas. Foi o caso da empresa B9, a qual já descrevemos anteriormente. Em seu podcast oficial, o “Braincast”, a empresa afirmou em seu episódio número 349, publicado no dia 20 de março, que havia aderido ao trabalho remoto, e que os outros programas da rede continuariam sendo produzidos, mas apenas com gravações feitas de casa, e não mais nos estúdios da B9, como era feito antigamente. Dessa forma, o podcast Mamilos, que faz parte da empresa, também anunciou em seu programa número 243, publicado em 20 de março (na mesma data do episódio do “Braincast”) que a dinâmica e o formato do programa iriam passar por algumas mudanças, em conta de que a equipe do Mamilos informava que também estava migrando para o sistema home office. Desde esse lançamento até o atual momento deste estudo, os dois programas citados continuam operando no formato remoto.

3.2 JORNALISMO DE SAÚDE E CIENTÍFICO

Ao analisarmos o campo da saúde, sob uma perspectiva global, compreendemos que a mesma está incluída em tratados ou constituições como um direito fundamental de todos os cidadãos. Kucinski (2000) aponta em seu artigo “Jornalismo, saúde e cidadania” que a Organização Mundial da Saúde (OMS) teve forte influência em vários países do mundo a partir da criação da constituição de 1946, que defendia uma saúde de alto padrão para as populações, independente de fatores sociais e econômicos. Essa influência refletiu-se no Brasil, que inspirado pela OMS, desenvolveu a Constituição Cidadã de 1988, que impõe em seu artigo número 196 o direito à saúde dos cidadãos, como uma obrigação que deve ser responsabilidade do Estado. A saúde como um direito também pode ser vista na Declaração Universal dos Direitos Humanos, em seu Artigo 25º, como vemos abaixo:

Toda a pessoa tem direito a um nível de vida suficiente para lhe assegurar e à sua família a saúde e o bem-estar, principalmente quanto à alimentação, ao vestuário, ao alojamento, à assistência médica e ainda quanto aos serviços sociais necessários, e tem direito à segurança no desemprego, na doença, na invalidez, na viuvez, na velhice ou noutros casos de perda de meios de subsistência por circunstâncias independentes da sua vontade. (DECLARAÇÃO UNIVERSAL DOS DIREITOS HUMANOS 1948/2021).

A partir disso, entendemos que a saúde corresponde a um fator crucial na experiência da cidadania, e devido a suas complexidades e especificidades, é necessário que a população disponha de informações e aprofundamentos sobre os diversos segmentos da área da saúde. Kucinski (2000) pondera os desafios presentes na cobertura jornalística na saúde, que envolvem um diálogo crítico em relação às práticas cotidianas da medicina, com foco em trazer benefícios para a qualidade de vida da população. Segundo o autor, o jornalismo precisa estar bastante atento às políticas públicas de saúde, pois tais políticas estão diretamente ligadas às questões de saúde essenciais do cotidiano das pessoas, como moradia, transporte, saneamento, qualidade do ar e alimentação. Para o autor, o jornalismo deve cumprir com o exercício de fiscalizar e cobrar essas políticas, com o intuito de garantir o direito à saúde previsto para a população.

Dentre as noções da prática do jornalismo na área da saúde, consideramos as visões de Gomes (2020), que defende uma comunicação com a finalidade de prevenir doenças e promover a saúde. Dessa forma, a autora salienta a importância de um jornalismo de saúde, com qualidade, em que jornalistas profissionais e médicos trabalhem unidos, sem inverter os papéis de cada um, mas com uma junção que traga benefícios para a saúde da população.

E nesta equação, não é possível deixar de parte os conceitos de prevenção (da doença) e promoção (da saúde). A prevenção implica, como a própria palavra indica, uma ação prévia e antecipada, procurando reduzir o risco de doença. Já a promoção da saúde é associada ao processo de capacitação do indivíduo para atuar na melhoria da sua qualidade de vida (GOMES, 2020, p. 2)

Antes de adentrarmos mais a fundo na concepção de jornalismo de saúde, é necessário entendermos sobre o jornalismo científico. Compreendemos que nas colocações de Lopes (2020), o contraste entre o jornalismo de saúde e o científico está no fato de que o primeiro deve tornar popular os conceitos científicos, abordar temas complexos da saúde com o fim de conduzir com clareza tais conhecimentos, para que então a população compreenda. Segundo Miranda (2020), o jornalismo científico é um gênero bastante específico, e por isso difere do jornalismo de saúde, que ao contrário do segundo, busca produzir narrativas que sejam assimiladas pela audiência. Considerando as ideias de Bueno (2013), a noção de jornalismo científico

deve incluir, antes de tudo, a própria essência que a profissão carrega, como a periodicidade, atualidade, universalidade, e a difusão de fatos. Posto isto, o jornalismo científico deve possuir esses mesmos critérios, com ênfase na ciência. Em outras palavras, o jornalismo científico busca trazer fatos atuais, que podem estar relacionados com eventos ou descobertas científicas, tendo como a base de fontes especialistas da área, como cientistas, pesquisadores e tecnólogos, abarcando a universalidade nos diferentes ramos da ciência, mantendo a periodicidade na publicação de artigos ou matérias, e na difusão dessas informações para o público. Para que o jornalismo consiga atuar de maneira coerente no campo da saúde, Gomes (2020) sugere que aspectos como a diversidade de fontes e especialistas são essenciais para que o jornalismo de saúde prevaleça na sociedade. A origem do jornalismo de saúde pode ser equiparada com as transformações que ocorreram em abundância durante o século XX, segundo Miranda (2020). Isso se deve ao fato de que, nesse período destacado pela autora, as ligações entre ciência e saúde foram se desenvolvendo e formando diferentes áreas de especializações que influenciaram o fazer jornalístico. O resultado disso pode ser observado nas divisões entre as editorias de ciência das redações, que formaram nichos de cobertura como na saúde, na tecnologia e também no meio ambiente.

Segundo Miranda (2020), tal segmentação resultou na profissionalização (ou especialização) dos jornalistas que atuavam em cada ramo da cobertura e também das suas fontes, mais adaptadas à visibilidade e projeção proporcionados pelo jornalismo. Ao mesmo tempo em que as discussões sobre saúde ganhavam espaço no debate público, seus personagens passavam a ter relevância na arena discursiva. Durante esse processo, destacou-se a figura do médico e cientista José Reis, um dos principais nomes da divulgação científica no Brasil, que se tornou um comunicador e foi colunista de grandes jornais do país a partir da década de 1940.

Nessa perspectiva, a autora compartilha que a cobertura jornalística no âmbito da saúde começou a se popularizar entre o público, tornando-se comum que assuntos ligados a esta área fossem explorados nas revistas e também na televisão. Assim, novos interesses sobre o tema foram surgindo na pauta das redações, como corpo e saúde. No pensamento de Miranda (2020), o jornalismo de saúde tem como propósito expor o saber científico por diferentes formatos narrativos, e não apenas

reproduzir o conhecimento de forma mecânica. A autora argumenta que as narrativas criadas nesse modelo de jornalismo seguem uma lógica de produção com objetivos particulares. Ou seja, empresas de mídia privada têm interesses comerciais ocultos, e portanto, podem produzir conteúdos que não sejam necessariamente em prol da saúde da população, muito embora Miranda (2020) acredite que esse fator não seja uma regra. Já as instituições públicas da mídia podem produzir narrativas jornalísticas com base nos interesses do Estado.

Seguindo esse raciocínio, existem indagações propostas pela autora que é válido que ressaltamos. Em sua visão, Miranda (2020) explica que a área da saúde precisa dar vazão à pluralidade e diversidade, mas nem sempre isso ocorre. O conhecimento científico ainda tem traços eurocêntricos, brancos e masculinos. Cabe ao jornalismo de saúde ir na direção contrária a esses padrões já estabelecidos, criando conteúdos para uma audiência plural, e em uma linguagem dinâmica e popular que converse com a população. Entre outras vertentes desse tipo de jornalismo, o entretenimento é um formato que caminha junto com jornalismo de saúde, já que a prática desse jornalismo envolve construir notícias que se relacionem com o cotidiano da audiência. Outra vertente é conhecida pelo termo *Lifestyle*, que traz produções ligadas ao corpo, saúde, estética e beleza. Segundo a autora, tais vertentes mudam os rumos e estratégias das redações e veículos, que destinam suas produções para outro caminho. Miranda destaca:

Estes cruzamentos entre assuntos considerados mais leves – de lifestyle – e o entretenimento têm se mostrado cada vez mais comum, o que, de algum modo, sinaliza que já existe um hábito das redações em encampar pautas que não necessariamente partam da instituição médico-científica. Este é um fenômeno a ser analisado, pois dá pistas de que a hegemonia do saber médico nas narrativas sobre saúde pode estar ameaçada ou mesmo perdendo espaço para especialidades como educação física, psicologia, terapia ocupacional etc. (MIRANDA, 2020, p. 184)

Assim, a autora formula que o jornalismo de saúde deve, em seu ideal, elaborar conteúdos que sejam distribuídos para um público amplo, sem nichos e segmentos, porque a área da saúde deve abranger todo o contexto social e portanto separá-la em categorias de audiências específicas pode ser danoso. Sendo assim, o jornalismo com ênfase em saúde tem como missão não segmentar as vertentes da saúde, e sim conceber pautas do cotidiano. É importante para este capítulo, também, compreendermos que o jornalismo de saúde se diferencia do jornalismo

científico. Cabe neste momento observarmos os reflexos de Miranda sobre singularidades destas áreas do jornalismo:

Diferentemente do que ocorre com o jornalismo científico, que é voltado a um consumidor que se interessa por temas da área ou tem algum envolvimento com seus desdobramentos, as narrativas do jornalismo especializado em saúde se dirigem ao leitor comum, por isso ganham espaços em produtos também generalistas. A audiência plural e heterogênea é o que constitui produtos cada vez mais populares, que se alimentam do conteúdo médico-científico, mas o transformam para chegar ao ponto de destino. (MIRANDA, 2020, p. 186)

Adentrando no cenário da pandemia do Coronavírus, a mídia teve um envolvimento central nas diferentes nuances da doença, assim como vimos nos capítulos anteriores. Araújo (2020) reconhece que o poder da imprensa, como um mecanismo relevante de informação para público geral, é decisivo para a saúde e prevenção de doenças na sociedade. Na percepção da autora, a cobertura da mídia tem capacidade para influir até mesmo em determinações políticas em relação ao contexto de saúde e doenças, pois veículos midiáticos, ao cobrirem temas sanitários, fazem importantes alertas à população, que por sua vez pode alterar comportamentos pessoais de acordo com a urgência da situação. No trecho abaixo, Araújo analisa a ação dos jornalistas na cobertura da Covid -19 em 2020:

[...] Em tempos de pandemia, os jornalistas procuraram muito os especialistas, principalmente professores universitários, investigadores e profissionais de saúde. Era preciso dotar a informação de uma espécie de “saber sábio” que as fontes de informação mais especializadas garantiam com mais facilidade. À notoriedade pública, tradicionalmente apreciada pelos media noticiosos, a classe jornalística em tempos de COVID-19 valorizou sobretudo a informação que uma fonte detinha e a respectiva capacidade de comunicação [...]. (ARAÚJO, 2020, p. 225)

Desde o início da pandemia, em 2020, os jornalistas se tornaram fontes influentes neste período, em que as informações estavam dispersas ou centradas apenas na comunidade científica. A autora afirma que os profissionais da imprensa auxiliaram na segurança da população, até mesmo em momentos em que as próprias autoridades sanitárias e políticas não conseguiam esclarecer as diversas questões sobre a doença. Por fim, Araújo (2020) sinaliza que os jornalistas, assim como outros profissionais, atuam no combate da pandemia, fornecendo um jornalismo de saúde que alerta a população sobre a importância do uso de

máscaras, do distanciamento social, assim como para comportamentos individuais que visem a saúde de cada pessoa.

3.3 O PAPEL DO JORNALISMO AO LONGO DA COBERTURA DE DOENÇAS E PANDEMIAS

Para entendermos a relevância que o jornalismo representa frente à pandemia do Coronavírus se faz necessário um recorte no passado, com o objetivo de analisarmos as funções que a imprensa desempenhou em pandemias e doenças antecedentes à Covid-19. Assim, poderemos identificar quais os rumos da profissão dentro do aspecto da saúde. A partir disso, compreendemos que o processo das coberturas jornalísticas que perpassam as diferentes doenças e epidemias vem causando ao longo do anos um vasto impacto social na saúde pública. Lima (2019) argumenta que a relação entre as áreas da comunicação e saúde se entrelaçam em diferentes sentidos, que vão desde o desenvolvimento de modelos teóricos produzidos em pesquisas para a criação de políticas públicas de saúde até realizar ações práticas, como campanhas que têm como objetivo informar a população de uma forma acessível. A autora recorre ao seu olhar em relação à epidemia do Zika Vírus, que representou uma das maiores emergências de saúde pública da história do Brasil nos períodos de 2015 e 2016 (FIOCRUZ). Lima (2019) explica que houve uma notável dificuldade por parte da imprensa brasileira em trazer informações científicas que pudessem estabelecer uma relação entre o Zika Vírus e a doença de microcefalia. A autora reconhece que uma das falhas dos veículos brasileiros para distribuir informações sobre o Zika parte de uma reprodução incorreta da linguagem científica, com o objetivo de transformar esta linguagem em algo não científico.

Dessa forma, tal ação culmina em informações retiradas do seu real contexto, gerando uma interpretação imprecisa sobre a realidade da doença. Nessa perspectiva, a autora analisa que outras falhas do jornalismo ao cobrir doenças e questões de saúde também podem ser vistas na ótica da difusão de notícias que provoquem medo na população, deixando de lado os valores-saúde, que podem variar entre aspectos epidemiológicos até questões que envolvam a vulnerabilidade social dos indivíduos. Kucinski (2000) traz questionamentos interessantes sobre a

função exercida pelos jornalistas na campanha de prevenção de doenças e suas contradições.

O envolvimento do jornalista em campanhas de prevenção é delicado; pode levar à intimidade com instituições e agências de governo, à renúncia do distanciamento crítico e da capacidade de revelar e criticar políticas públicas; a trocar a lógica analítica e explicativa do bom jornalismo pela retórica da persuasão. Esse é um dos dilemas do jornalismo dedicado à saúde: como participar de campanhas sanitárias ou preventivas, de propaganda e de esclarecimento, sem violar a demarcação ética que distingue jornalismo de outras atividades comunicativas, em especial da propaganda e das relações públicas? (KUCINSKI, 2000, p. 2)

Nesse pretexto, Costa (2019) afirma que a cobertura da imprensa pode ser fundamental para o entendimento da população acerca de doenças e epidemias que marcaram a história. A autora traz para a discussão a epidemia do HIV/Aids, e o papel do jornalismo em meio a isso. Costa atenta que a imprensa possuiu o poder tanto para visibilizar os agentes, fontes e especialistas relacionados à doença, como também inviabilizá-los. Segundo a autora, o padrão das notícias nacionais sobre a doença eram fortemente influenciados pela imprensa americana. Dessa forma, grande parte dos conteúdos produzidos sobre a Aids no Brasil se baseava nas narrativas providas do exterior.

O efeito de reproduzir notícias por ora era benéfico, visto que trazia uma contextualização e divulgação sobre a doença. Porém, dentre os efeitos negativos, a autora cita a criação de um imaginário prejudicial que se tinha a respeito dos portadores da doença. Segundo ela, pessoas que contraíram o vírus eram associadas à práticas imorais. Assim, as primeiras notícias globais sobre a Aids não apresentavam clareza, no sentido científico, além de serem divergentes. Este cenário de informações conflitantes sobre a doença fica mais evidente quando Costa (2019) resgata a manchete do jornal brasileiro Última Hora, em sua edição de julho de 1983. Na manchete constava: “Peste gay segrega os novos leprosos”. Os pensamentos em relação a Aids, no início de seu surgimento, eram carregados de preconceitos, xenofobia e até mesmo teorias religiosas que culpabilizavam portadores da doença, os acusando de receberem uma espécie de “castigo divino”.

Costa (2019) descreve que o surto da Aids modificou o contexto de muitos assuntos da sociedade, como sexualidade, casamento e virgindade, e que a mídia jornalística teve uma cota significativa na discussão destes temas. A autora aponta que se tratando do Brasil, a cobertura midiática começou de fato a produzir

informações no território brasileiro somente em 1983, com o falecimento do estilista Markito, figura pública de São Paulo, que morreu em decorrência da doença. Como vimos, a cobertura de imprensa brasileira sobre a Aids era muito apegada ao modelo que estava sendo produzido pelos Estados Unidos. Porém, após a morte de Markito, a cobertura da mídia buscou transmitir notícias que abrangessem o território nacional. Assim, uma quantidade pequena de fontes começou a ser ouvida, como a Secretaria de Estado de Saúde de São Paulo, pioneira no enfrentamento da doença no país, e um dos médicos mais influentes do Brasil, Drauzio Varella.

Em suma, Costa (2019) conclui que nos 40 anos desde a existência da Aids até os dias atuais, ocorreram notáveis mudanças na produção e disseminação das notícias ao abordar a doença. Se no início as notícias veiculadas com a doença retratavam portadores de Aids como pessoas que, aos olhos de uma sociedade conservadora, homofóbica e religiosa, eram vistos como imorais, e portanto, punidos por uma força divina, no decorrer dos anos a mídia brasileira teve que desassociar o mito de que somente pessoas homossexuais contraiam a doença. Ainda a partir dos anos 2000 as notícias a respeito da doença perderam força. A autora explica que um dos fatores para isso se deve à redução de estudos científicos publicados sobre a Aids. A baixa das pesquisas também pode ser observada em outras regiões do mundo. Por fim, no entendimento de Costa (2019), as principais fontes de notícias sobre o HIV/Aids tem sido a comunidade científica e as entidades governamentais.

Ao analisarmos a influência da cobertura midiática em outros casos de doenças, Lerner (2016) examina a conduta da imprensa no contexto brasileiro ao retratar a doença de câncer. Na visão do autora, o conceito de saúde acompanhou o rumo das transformações sociais por uma série de eventos que marcaram gerações, como a epidemia da Aids que deu surgimento a um novo modelo sanitário, o crescente aumento de doenças crônico-degenerativas, a reforma sanitária, ocorrida em 1986, e a criação do Sistema Único de Saúde (SUS):

[...] O fortalecimento da noção de saúde como valor individual, como foi dito, tornou-se uma ideia disseminada na sociedade mais ampla brasileira nos anos 1980, e um dos exemplos deste fenômeno foi o que se convencionou chamar de “Geração saúde”, quando o autocuidado tornou-se uma prática corrente e o corpo locus de preocupação.

O impacto do “autocuidado” foi um fator determinante para a participação da mídia ao noticiar o câncer e outras doenças. Lerner (2016) indica que tais doenças,

relacionadas a “riscos de saúde”, eram percebidas como interesse coletivo pelos veículos midiáticos. Com isso, a autora resgata que as notícias envolvendo o câncer tem seu início em 1980, com uma certa evolução de conteúdos. Porém, de fato, as notícias sobre a doença alcançaram um elevado crescimento somente em 1999, se estendendo por uma década. Dessa forma, Lerner (2016) argumenta que a noticiabilidade referente ao câncer ainda é um fenômeno recente.

Por fim, cabe prosseguirmos com um último enfoque sobre o papel da imprensa brasileira em relação à Gripe A ou Gripe Suína, causada pelo vírus Influenza. Recorremos à análise de Gradella (2011), que contextualiza o panorama do vírus no país desde sua chegada e declínio, e a atuação dos veículos de mídia. A autora enfatiza que em abril de 2009, data marcada pela manifestações iniciais do vírus Influenza H1N1, houve uma difusão mundial de reportagens, matérias e demais notícias sobre o vírus em questão. Segundo Gradella (2011), tais notícias se estenderam até o período do inverno, época em que os casos de doenças diminuíram.

Assim como tratamos da pandemia do Coronavírus neste estudo, cabe realçar que o vírus Influenza H1N1 também se enquadrava, no período do seu surgimento, como uma pandemia. Da mesma maneira que a Covid-19, antes de março de 2020, era desconhecida para a maior parte do mundo, poucas informações estavam disponíveis sobre o H1N1 em abril de 2009. Na perspectiva do Brasil, a autora identifica que tal como os alertas emitidos pela OMS sobre a gravidade do vírus, desde abril até o mês de setembro, a imprensa também teve um papel decisivo no combate ao vírus.

Gradella (2011) propõe investigar dois veículos tradicionais de mídia do país: o jornal O Globo e o jornal O Dia, estabelecendo um contraste referente ao conteúdo publicado por cada um dos veículos. Portanto, a autora pode constatar que os dois jornais utilizam o medo como um recurso que se insere na elaboração e produção das notícias. O medo é transmitido nas notícias, a partir de questões como a vulnerabilidade em que a população se encontra sob o vírus, a falta de medidas protetivas por parte das autoridades e o risco de morte pelo vírus. Gradella (2011) enfatiza que ambos os jornais mudaram o formato de sua cobertura no decorrer da pandemia. O jornal O Globo, desde sua cobertura inicial sobre o vírus, sempre colocou o medo como um fator crucial em sua narrativa. Porém, O Globo focava sua

produção nos cenários internacional e nacional. O jornal muda seu enfoque e passa a centralizar seu olhar para o âmbito nacional e regional de maneira mais incisiva. As críticas contra o governo, que antes eram tecidas a partir dos próprios leitores do jornal na parte “cartas para o leitor”, foram reformuladas pelo O Globo através de conteúdos que evidenciam a insuficiência do governo ao tratar da doença. O jornal passou a estabelecer um recorte sobre as contradições apresentadas pelo governo, provando o ponto de que o governo estava tendo um desempenho ruim ao garantir a segurança da população. Entretanto, o jornal O Dia se posicionava favorável às estratégias das autoridades no cuidado da doença. Apesar disso, a posição do jornal muda no momento em que os óbitos apresentam crescimento. Dessa forma, o conteúdo das notícias também sofre mudanças. Ao invés de ovacionar a transparência e eficácia do governo, O Dia passa a alertar a população, demonstrando que a confiança acerca do combate do governo já não é a mesma.

Podemos entender que, em sua análise, Gradella destaca a importância da cobertura jornalística ao retratar o vírus da Influenza como forma de auxiliar a população a partir do alerta, do medo e risco de morte por conta desta pandemia. Com o intuito de cobrar medidas mais severas do governo frente à situação de calamidade, notamos que O Globo se sobressai ao seu concorrente, ao pressionar o governo publicando conteúdos que contrapõem as medidas do governo. Isto é observado nos elevados óbitos e infecções pelo vírus. Fazendo um paralelo entre a pandemia do H1N1 e a do Coronavírus, vimos anteriormente neste estudo o papel do jornalismo na cobertura do Coronavírus, que buscou combater a doença e ajudar a população, seja na união do consórcio de veículos para informar as pessoas enquanto o governo omitia dados, seja no combate às *fake news*, como por exemplo a indicação do governo no “tratamento precoce” (BBC 2021), onde diversos veículos buscaram desmentir a existência de prevenção à Covid-19 a partir de múltiplas entrevistas com epidemiologistas. Estes são apenas alguns casos que evidenciam que mesmo com consideráveis espaços de tempo entre essas duas epidemias, a imprensa vem avançando como um importante elemento que contribui no combate de doenças e pandemias a partir de coberturas competentes e que prestam um serviço à sociedade.

4 A ANÁLISE

Neste capítulo de análise, temos como objetivo examinar os 3 episódios do Mamilos selecionados com base em todos os temas que compuseram este presente trabalho, entre eles a cobertura do jornalismo em casos de doenças, a pandemia do Coronavírus e a função desempenhada pelo jornalismo de saúde e científico. Sendo assim, os episódios que escolhemos, seguindo a ordem cronológica em que eles foram publicados, são: o primeiro episódio “#238 – Coronavírus”, lançado em 14 de fevereiro de 2020, o segundo episódio “#248 - Vida na linha de frente da Covid”, publicado em 24 de abril 2020 e, finalmente, o terceiro episódio “#296 - Como nascem os negacionistas?”, que foi ao ar em 9 de abril de 2021.

4.1 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Esta pesquisa busca investigar como o podcast Mamilos, um dos programas mais relevantes de jornalismo independente, pertencente ao campo da podosfera, abordou a pandemia do Coronavírus em parte dos seus episódios e como fez a divulgação deles. Dessa forma, buscamos compreender a construção de narrativas utilizada pelo podcast, desde a estrutura de seu programa, a escolha de fontes e a abordagem do assunto saúde até a sua estratégia e posicionamento dos conteúdos nas redes sociais. Dito isto, escolhemos para a análise deste trabalho a metodologia do estudo de caso.

O autor Robert K.Yin (2001), em sua obra “Estudo de Caso - Planejamento e Métodos”, relata que os estudos de caso compõem as mais diversas áreas de pesquisa, como a Psicologia, a Administração, as Ciências Políticas, a Economia, etc. O autor menciona que os estudos de caso se constituem a partir de questões essenciais, entre elas “como” e “por que”. Yin destaca que uma das razões para recorrer a tais questões está relacionada à busca por explicações que partem de eventos contemporâneos que adentram no contexto da realidade. Segundo o autor [...]” os estudos de caso estão muito longe de serem apenas uma estratégia exploratória. Alguns dos melhores e mais famosos estudos de casos foram descritivos”. (YIN, 2011, p.13)

Seguindo nessa base, o autor explica que algumas das características deste estudo passam pela análise de documentos, entrevistas e observações do material que está sendo investigado. Sendo assim, Yin (2001) lista algumas práticas dos métodos de análise com as quais o pesquisador pode se deparar, como o aparecimento de muitas variáveis na pesquisa, fazendo com que existam diversas fontes de evidência. O pesquisador também consegue se beneficiar de proposições teóricas para coleta e análise de dados.

A partir de tal reflexão, entendemos que o estudo de caso é considerado muito abrangente, onde investigamos um tópico com base em procedimentos especificados na pesquisa. Assim, buscamos trazer neste trabalho a análise de 3 episódios do podcast Mamilos: o Ep. “#238 – Coronavírus”, o Ep. “#248 - Vida na linha de frente da Covid”, e por fim, o Ep. “#296 - Como nascem os negacionistas?”. A escolha dos episódios em questão se relaciona diretamente com os capítulos abordados neste trabalho. Com isso, o Ep. “#238 – Coronavírus” é o primeiro programa selecionado que aborda as fases iniciais da pandemia, onde o vírus ainda era novidade para a maioria dos países do mundo. Já o Ep. “#248 – Vida na linha de frente da Covid” é um programa especificamente voltada para a área da saúde, em que vemos o contexto dos profissionais de saúde frente à intensificação da pandemia. O último programa selecionado, o Ep. “#296 - Como nascem os negacionistas?” alerta sobre possíveis gatilhos e causas que contribuem para o negacionismo da doença, e como isso se torna um desafio nos trabalhos de jornalistas e cientistas na prevenção e combate à pandemia.

Ora, para a realização da análise dos episódios iremos recorrer às práticas do estudo de caso apontadas pelo autor, como o desenvolvimento de uma base de categorias, passando por um modelo de apresentação desses dados e seguindo por uma classificação dos eventos deste trabalho a partir de tabelas. Não obstante, os eventos selecionados da pesquisa necessitam se encaixar em uma ordem cronológica que faça sentido com o contexto do assunto.

Por fim, Yin (2001) propõe que o princípio de uma análise no estudo de caso está na análise de dados, que por sua vez consiste em examinar, categorizar, classificar em tabelas ou, ao contrário, recombina as evidências tendo em vista proposições iniciais de um estudo.

4.2 OS EPISÓDIOS E A COMUNICAÇÃO DO MAMILOS EM ANÁLISE

A dimensão deste estudo buscou identificar e se aprofundar nos principais aspectos que englobam o campo do podcast à medida que este formato de mídia apresentou crescimento, maior visibilidade ao longo do tempo e representa um espaço de ampliação do alcance do jornalismo. Diante disso, os podcasts difundiram-se em diversos nichos, como percorremos em capítulos anteriores. Tivemos como base para este trabalho a atuação dos veículos de jornalismo na cobertura de doenças e pandemias, onde refletimos sobre o poder da imprensa no combate de epidemias que tiveram grande impacto na sociedade através da informação, conscientização e interpretação dos fatos.

Nessa perspectiva, buscamos compreender como a aparição da pandemia do Coronavírus - uma das mais graves da história - foi representada por um dos maiores podcasts brasileiros, que não nasce e se populariza com a mesma lógica que os grandes veículos de mídia (muitos encabeçados por grandes organizações e empresas): o Mamilos podcast. Com isto, consideramos que os episódios “#238 – Coronavírus”, “#248 - Vida na linha de frente da Covid”, e “#296 - Como nascem os negacionistas” são os mais adequados para análise, pois oferecem perspectivas importantes do contexto da pandemia e representam uma linha no tempo da abordagem sobre o tema pelo podcasts. Sendo assim, a análise será realizada por categorias que compreendem o estudo de caso. Yin explica que:

Para os estudos de caso, são importantes quatro tipos principais de projetas, seguindo uma matriz 2 x 2. O primeiro par de categorias consiste em projetas de caso único e casos múltiplos. O segundo par, que pode acontecer em combinação com qualquer um dos elementos do primeiro par, baseia-se na unidade ou nas unidades de análise que devem ser estudadas - e faz uma distinção entre projetas holísticos e incorporadas. (YIN, 2011, p. 27)

O autor ainda argumenta que uma das formas da coleta dos dados analisados para o estudo é a partir da criação de uma tabela, que tem como princípio organizar os dados em cabeçalhos, linhas e colunas que identificam as categorias que serão visitadas no estudo. O autor conclui que:

O trabalho do pesquisador do estudo de caso é coletar os dados suscitados pela tabela. A provisão dessas planilhas auxilia o pesquisador de várias formas. Primeiro, obriga-o a identificar exatamente quais dados estão sendo procurados. Segundo, garante que as informações paralelas serão

coletadas em locais diferentes quando se estiver utilizando um projeto de casos múltiplos. Finalmente, auxilia na compreensão do que será feito com os dados após a coleta. (YIN, 2011. P. 80).

Sendo assim, para examinarmos os 3 episódios através do estudo de caso proposto por Yin (2001), iremos qualificar nossa análise, tendo como norte a seleção de 4 categorias. Uma delas é: a) as fontes que situam-se nos episódios, tanto os convidados que participaram ativamente dos programas, assim como as fontes mencionadas no decorrer de cada episódio (estudos, especialistas, notícias). Outra categoria selecionada é: b) a estrutura do programa. Nessa categoria, investigamos os episódios, partindo do ponto de sua condução, produção e análise dos assuntos, com o objetivo de responder qual o resultado final do episódio. Essa categoria visa transparecer o quadro de cada episódio. Portanto, pode-se tratar de um episódio com a finalidade de ser explicativo, educativo, etc...

A nossa terceira categoria é: c) tema do jornalismo de saúde, que discutimos anteriormente neste trabalho, para construir uma percepção sobre como essa questão foi abordada e desenvolvida durante os programas. Nossa quarta e última categoria trata de: d) divulgação desses episódios nas redes sociais do Mamilos (Instagram, Facebook, Twitter do podcast). Pretendemos assim analisar como o podcast difundiu cada episódio pelas suas redes sociais e qual a relação com o conteúdo em si. Nessa categoria levantamos questões para identificar se o Mamilos conseguiu contemplar de maneira clara em suas redes sociais os conteúdos presentes nos podcasts, ou se o material associado às redes não abarca a proposta dos programas de forma integral ou parcial. Todas as categorias aqui citadas serão agrupadas em diferentes tabelas, de acordo com os episódios. Nosso objetivo com isto é coletar as evidências investigadas em cada uma destas categorias (YIN, 2011).

Por fim, nossa metodologia irá seguir os princípios de um estudo de caso, tendo como base os dois quadros a seguir:

Categoria 1 - Fontes

Categoria 2 - Estrutura

Categoria 3 - Assunto Saúde

Categoria 4 – Análise de conteúdo nas Redes Sociais

Quadro 1: 3 primeiras categorias de análise

Episódios	Categorias	Critérios
Ep. #238 - Coronavírus	Fontes	Quantas fontes convidadas e citadas? Qual o impacto delas no episódio?
Ep. #248 - Vida na linha de frente da Covid	Estrutura	Formato do programa
Ep. #296 - Como nascem os negacionistas?	Assunto Saúde	Como a saúde foi abordada no episódio?

Quadro 2: Análise dos conteúdos publicados em relação aos 3 episódios nas Redes Sociais do Mamilos

Ep. #238 - Coronavírus	Prints do Instagram	Data	Função do post
Ep. #248 - Vida na linha de frente da Covid	Prints do Facebook		
Ep. #296 - Como nascem os negacionistas?	Prints do Twitter		

4.3 ANÁLISE DO PRIMEIRO EPISÓDIO: “#238 – CORONAVÍRUS”. 14 de fevereiro de 2020

O episódio “#238 – Coronavírus” começa trazendo uma propaganda dos anunciantes do programa, o Banco Bradesco, A propaganda se estende até o tempo 1:34 minutos, Após isso, outra propaganda, anunciando um novo podcast da rede

B9, que se estende até os 6:40 minutos. Em seguida Cris anuncia a “teta”, que é um quadro introdutório sobre o tema. Juliana faz uma contextualização sobre o período em que a China alertou a OMS (31 de dezembro de 2019) sobre uma série de casos de pneumonia de cidadãos de Wuhan. Mais tarde foi descoberto que o Coronavírus, já conhecido pela ciência, era o causador dos casos de pneumonia na China. Cris pontua que em janeiro de 2020 os noticiários do mundo começaram a informar que um novo vírus havia sido descoberto na China. Juliana lembra sobre outros alertas feitos ao Brasil, como a doença da febre amarela, varíola, Ebola, dengue, entre outras, e questionam se o Brasil estaria pronto para a chegada de uma nova doença. Cris então afirma que os convidados do programa irão ensinar sobre saúde, saúde pública e doenças. Os convidados que integram o episódio são a médica e mestre da saúde em família Denize Ornelas e o pesquisador e também biólogo Atila Iamarino.

Após a apresentação de cada convidado, Cris propõe que a conversa seja dividida em duas partes. A primeira para dissecar o assunto, e depois para entender como a sociedade brasileira pode lidar com o problema. Os convidados buscam explicar nessa primeira parte os sintomas do vírus, casos isolados em outros países, como a doença pode se espalhar pelo mundo e imaginam um cenário de crise no Brasil. A médica Ornelas traz as principais características por trás da doença, enquanto Iamarino reforça com dados e situações hipotéticas como está a situação do vírus. No final da primeira parte do episódio, Cris Bartis faz uma indagação relacionada às diferenças de nomenclatura entre, surtos, pandemia e palavras ligadas ao tema. Iamarino responde que o Coronavírus estava entre um momento de surto (aumento de casos locais por doenças e fenômenos). Caso a doença circule para outros lugares e pessoas, pode ser classificada como uma pandemia.

Na segunda parte do programa, aos 32:40 minutos Juliana avança, procurando saber o que deve ser feito após um alerta de pandemia pela OMS. Ornelas indica que o isolamento dos contaminados é uma alternativa necessária. Cris e Juliana fazem mais perguntas sobre como o Brasil poderia enfrentar a pandemia, caso ela chegasse ao país. Os convidados se dividem, compartilhando diferentes soluções, que vão desde a implementação de uma rede segura de profissionais da saúde, participação da imprensa para reportar os fatos, até a importância do SUS, como um forte sistema para proteger os brasileiros diante de uma catástrofe.

Cris Bartis conclui o episódio, trazendo uma reflexão final sobre o que foi discutido nas partes finais do programa.

4.3.1 Categoria 1: Fontes do primeiro episódio “#238 – Coronavírus”

O episódio “#238 – Coronavírus” conta com a participação de 3 fontes convidadas no total. Já as fontes citadas ao longo do programa são 18. Cris introduz os convidados, lembrando que ambos já estiveram presentes em outros programas do Mamilos, de forma separada. Assim, os dois convidados já são reconhecidos pela apresentadora como autoridades no assunto. Essa autoridade pode ser percebida na apresentação inicial do currículo e atividade que cada um exerce. A primeira convidada que participa da conversa é a médica Denize Ornelas. Ela se apresenta como médica de família e comunidade, professora universitária e, mais recentemente, ocupa o cargo de mestre da saúde em família. A profissional conta que desenvolveu um fascínio pelo tema de virologia na época em que realizou um estágio na Fiocruz no Laboratório de Enterovírus da instituição. Na sequência, Atila Iamarino se apresenta, relatando que é formado em biologia e pós-graduado em virologia. O pesquisador afirma que por muito tempo atuou como biólogo e pesquisador, mas que no presente momento mantém seu foco na área da divulgação científica. Iamarino também completa dizendo que faz parte de dois canais do Youtube: O Nerdologia e o seu próprio canal. Os dois canais abordam conteúdos ligados ao universo da ciência de forma educacional.

Cris pede que os convidados falem sobre o que acontece com pessoas que contraíram o vírus. Ornelas começa explicando que o Coronavírus consiste em uma doença respiratória que poderia se transformar em algo mais grave. Iamarino segue na discussão trazendo dados referentes ao Coronavírus na China. Segundo ele, 80% não precisam de internação, 15% das pessoas são hospitalizadas, pois tem sintomas de falta de ar. E por fim, 3% precisam ser entubadas, e $\frac{2}{3}$ dessas acabam morrendo. O pesquisador não cita de onde tirou esses dados. A conversa segue, e Ornelas alerta que fora da China o vírus poderia ocorrer de múltiplas maneiras, por fatores culturais, sociais, etc. A médica cita um estudo publicado no final de janeiro de 2020 (sem identificá-lo), que descobriu que pacientes do sexo masculino e com idade mais avançada teriam mais propensão a desenvolver uma forma grave do vírus e de vir a falecer. O estudo analisou uma média de 40 a 50 pacientes (não é

informado a localidade dos pacientes e nem o número exato). Ornelas debate a conclusão do estudo, explicando que é de conhecimento geral que crianças e mulheres gestantes também podem ser vítimas de desenvolverem uma forma mais grave da doença por questões relacionadas à baixa imunidade.

Juliana pergunta como uma pessoa pode saber se contraiu de fato o Coronavírus, e que tipo de atendimento deve ser feito para essa situação. Ornelas fala que no Brasil, as pessoas precisariam ter contato com outros infectados que viajaram por outras regiões. Ela cita a pesquisadora Deise Ventura, onde Ventura fala que temos mais de um milhão de viagens no ano, e que essas viagens se constituem em turismo e negócios. Ela explica que existem cerca de 30 ou 40 milhões de refugiados, sendo que eles sofrem estigmas, o que é um erro. Iamarino destaca que a doença não está em fase de surto. O pesquisador contribui dizendo que até o carnaval de 2020 ainda não precisava se preocupar, pois não havia indícios do vírus no Brasil. Cris cita o caso do hospital construído em Wuhan para cuidar de doentes. Iamarino fala que os hospitais de lá já podem estar saturados.

Juliana afirma que é importante entender como ocorre a transmissão do vírus, e a médica resume a transmissão, contando que no momento sabe-se que a doença pode ser contraída por secreções respiratórias entre humanos (espirro e tosse). Cris pergunta em que posição a OMS classificou o Coronavírus. Iamarino fala que até o período atual o vírus transita entre a categoria de surto e algo maior, como uma pandemia. Iamarino explica que o surto consiste em um aumento de casos locais. Porém quando a doença se espalha para diferentes locais é vista como uma epidemia ou pandemia. Ornelas elogia a classificação da OMS de emergencial internacional de saúde pública, lembrando que a OMS já havia feito isso pela sexta vez. Ela explica que a emergência nacional é feita quando ocorre uma transmissão fora do país de origem, e que leva um risco para os 196 que fazem parte do regulamento sanitário Internacional. Ela finaliza afirmando que esses países devem tomar medidas em conjunto, visto que atividades como comércio, turismo e migração podem ser danosas com um surto do vírus.

Juliana anuncia que é hora de chegar na segunda parte da pauta, elaborando a primeira pergunta que pretende descobrir o que deve ser feito pelos países após o alerta de emergência realizado pela OMS. Para Ornelas, cada país signatário que faz parte do regulamento sanitário internacional precisa compartilhar alertas para o mundo, devido a interesses comerciais. Iamarino conta que a China tentou esconder

alguns casos no início, mas assim que o Centro de controles de doença chinês descobriu, ele agiu rápido para alertar a OMS sobre a pandemia. Ele compara com o surto de 2003, onde a China ficou 3 meses negando um surto (não especifica qual foi esse surto).

Cris Bartis questiona como o Brasil se organiza frente a uma emergência dessas. Iamarino relembra que o Brasil levou mais de 1 ano para detectar casos de microcefalia, o que é um longo tempo para então detectar um surto. Ele ainda pontua que é muito difícil lidar com um surto de uma doença desconhecida. Juliana avança tentando entender como fazer um controle no Brasil para diagnosticar e tratar as pessoas? Iamarino diz que seria necessário ter uma vacina e remédio. O biólogo afirma que em uma visão otimista, se a vacina fosse produzida ainda nesse ano (2020), seria necessário mais outro ano (2021) para fazer testagens. Segundo a médica, a guerra comercial entre EUA e China resulta em uma difamação pelos norte-americanos em relação à China (Fake News/Trump), condenando-os e os culpando pelo vírus. Portanto, é necessário esclarecer as informações, ao invés de estigmatizar os países. Ela também aponta para a importância do Ministro da Saúde, como uma maior autoridade sanitária, seguindo para o secretário Municipal de Saúde e o Secretário Estadual de Saúde. Segundo a médica, cada um deles tem a responsabilidade de organizar uma vigilância para cuidar e registrar casos de pessoas infectadas que transitam pelas cidades e Estados do Brasil. Ela também aborda a necessidade dos Ministérios da Saúde, da Defesa, das Relações Exteriores, das Relações Internacionais e a presidência da república se unirem para estabelecer um comitê de crise e criar um centros de operações de emergência para resolver a questão.

Juliana tenta imaginar o que irá ocorrer se o pior cenário da doença acontecesse no Brasil, e quais medidas poderiam ser tomadas. Ornelas acredita que deveria ser estabelecida uma rede segura pelos profissionais de saúde e uma rede de comunicação com a imprensa.

Cris Bartis puxa outra questão para os convidados, perguntando onde as pessoas podem procurar ajuda. Ornelas afirma que nos prontos socorros primeiramente. Porém, em uma transmissão comunitária não é a melhor opção. A médica ainda aponta que como iremos lidar com mais uma crise, já temos várias outras crises no sistema de saúde brasileiro, como: violência contra mulher, aumento das taxas de HIV, gravidez na adolescência. Em um momento, o programa

ainda evidencia a importância do SUS. “Cerca de 80% utilizam esse serviço no Brasil”.

Segundo o biólogo, um surto desses, em que não se tem tratamento, depende de uma medida coletiva. Dessa forma, as pessoas precisam confiar no governo. Ele ainda questionou o isolamento como uma proposta limitante que dure no máximo uns 2 anos, antes que as pessoas comecem a sair de casa. Portanto, o pesquisador avisa que no Brasil já deveria existir um planejamento para conter o surto como “*home office*”, etc; A médica indicou uma preocupação referente à polarização do vírus e das campanhas eleitorais. Com uma polarização cada vez maior no Brasil, como poderíamos conter um vírus tão perigoso? Ela também aponta que a indústria farmacêutica também tem muitos interesses financeiros em produzir uma vacina, o que poderia gerar consequências (vacinação privada). Atila Iamarino fala sobre testagens e destaca o papel do Butantan e Fiocruz. Ornelas cita a importância da pesquisa, trazendo à tona o caso da pesquisadora e médica Adriana Melo, que foi reconhecida internacionalmente em 2016 por traçar um paralelo entre a epidemia do Zika Vírus e sua relação nas crianças que nasciam com microcefalia. Para complementar, ela cita também as pesquisadoras da Ulsba Silvi Sard e Regiane Hugs, que desenvolveram equipamentos de testagem do diagnóstico do Zika Vírus, reduzindo o tempo de descoberta do vírus de 48 horas para 3 horas. Com isso, Ornelas faz um apelo para que o governo brasileiro invista nas universidades federais, referências em pesquisa e ciência no país.

Os dois convidados também fazem referência a instituições e pesquisas públicas que são essenciais mas estão sucateadas devido ao corte de verbas do governo. Iamarino cita a questão da polarização e como ela é danosa, citando o caso do ex-ministro do Meio Ambiente Ricardo Galvão, um dos 10 maiores cientistas eleitos do mundo, que foi demitido após mostrar dados alarmantes de desmatamento no país. A última fonte convidada a participar do programa é o jovem Salvino Oliveira, estudante de Gestão Pública na UFRJ. Oliveira participa através de sua coluna do PerifaConnection, uma plataforma de mídia independente que divulga conteúdos com foco em comunidades e periferias do Brasil. Oliveira descreve a situação das chuvas que atingem o Sudeste brasileiro, fazendo um paralelo com as mudanças climáticas e seu impacto para a sociedade.

A conclusão a que podemos chegar é que o episódio em questão mantém o objetivo de ser um programa didático e explicativo. As perguntas feitas pelas

apresentadoras são objetivas e diretas. Apesar de o episódio ser publicado antes do surgimento da pandemia, é interessante analisar como a mesa que compõe o programa já trazia uma preocupação com o vírus em solo brasileiro. Isso pode ser visto nas perguntas de Juliana e Cris ao longo do episódio, que acabam levando um olhar para o Brasil. Outro fator é que em diversos momentos Iamarino e Ornelas trazem exemplos de epidemias anteriores que ocorreram no Brasil, e até comparações.

Dentre alguns fatores que devemos salientar estão a falta de contextualização de dados trazidos nos discursos dos convidados. Compreendemos que ambos os convidados demonstram que são autoridades no assunto, e desse modo não se preocupam em citar a maioria da fonte dos dados. Porém as fontes que são citadas ao longo do episódio conseguem trazer mais sentido para que o ouvinte entenda, visto que há um extenso conjunto de informações que podem se perder durante o programa.

Finalmente, o programa informa de maneira muito didática sobre os piores cenários no Brasil, exemplos do que deveria ser feito, principalmente na segunda parte do programa, e as consequências de uma política polarizada no Brasil, sendo um empecilho para o enfrentamento do vírus. Ressaltamos que grande parte das hipóteses levantadas pelos convidados já em 2020 (época em que o programa foi lançado), ao serem analisadas neste estudo se concretizaram, como a falta de consenso da população frente à pandemia, a importância desempenhada pelo SUS no Brasil, e a relevância de instituições públicas de saúde, como o Butantan e a Fiocruz.

Tabela 1: Fontes convidadas do primeiro episódio “#238 – Coronavírus” – 3 fontes

Denize Ornelas	Médica, pesquisadora, professora. Atua como mestre da saúde em família.
Atila Iamarino	Biólogo, pesquisador, youtuber, influenciador digital. Atua como divulgador científico.
Salvino Oliveira	Estudante de Gestão Pública, membro do PerifaConnection

Fonte: o autor

Tabela 2: Fontes citadas durante o primeiro episódio “#238 – Coronavírus” - 18 fontes

Organização Mundial da Saúde (OMS)
Estudo não identificado
Deisy Ventura: pesquisadora na Faculdade de Saúde Pública USP
Regulamento Sanitário Internacional (RSI)
Centro de Controle e Prevenção de Doenças (CDC) da China
Sistema Único de Saúde (SUS)
Ministro da Saúde
Secretário Municipal da Saúde
Secretário Estadual de Saúde
Ministério da Saúde
Ministério da Defesa
Ministério das Relações Exteriores
Presidência da República
Palácio Itamaraty
Adriana Melo: pesquisadora reconhecida por associar o zika vírus com microcefalia
Silvia Sardi: pesquisadora e virologista
Rejane Hughes: pesquisadora
Ricardo Galvão: cientista, físico e Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais (Inpe)

Fonte: o autor

4.3.2 Categoria 2: Estrutura do primeiro episódio “#238 – Coronavírus”

Observando o formato do episódio “#238 – Coronavírus”, podemos ver que o episódio se preocupa em desenvolver certa hierarquia ao propor uma divisão em duas partes. O programa que foi ao ar para o público em 14 de fevereiro de 2020, período em que o Coronavírus era desconhecido no Brasil, exerce o compromisso de desvendar as principais dúvidas sobre o vírus. Após os anúncios e propagandas iniciais (6 minutos), as apresentadoras contextualizam de forma breve os casos iniciais da descoberta do Coronavírus, ocupando um tempo de cerca de 2 minutos de informações. Podemos notar que após a apresentação dos convidados, que leva na média 1 minuto, Cris já define como se dará a conduta do programa. A fala de Cris que também dura 1 minuto é importante para que o ouvinte consiga se situar no tema, sabendo que na primeira parte do programa a conversa indica que irá exprimir todas as informações que se tem sobre o vírus. Já na segunda parte, a apresentadora puxa o tema para o Brasil, fazendo com que o ouvinte possa se identificar ainda mais com o assunto.

Os principais assuntos abordados durante a primeira parte do programa discutem os malefícios de contrair o Coronavírus (2 minutos), a situação de quadros urgentes da doença (2 minutos), a crise que a China enfrenta com o Coronavírus (6 minutos), como ocorre a transmissão da doença (3 minutos), a classificação da OMS em relação ao Coronavírus, as diferenças entre pandemia e epidemia, e a necessidade em descobrir as origens causadoras da doença (5 minutos). Assim, ao discutir todas essas questões envolvendo o contexto do Coronavírus, a primeira parte do episódio utiliza cerca de 30 minutos para focar nesses temas.

Na segunda parte do episódio, que se inicia nos 32 minutos do programa, se apresentam assuntos relacionados à doença sob uma perspectiva do contexto brasileiro. As apresentadoras, junto aos convidados, debatem nesta parte o papel do Brasil e dos outros países no combate à doença (8 minutos), possíveis alternativas para refletir sobre como deveria estar sendo feito o controle de diagnósticos e casos da doença no Brasil (13 minutos), opções e ideias de combate ao vírus, o que poderia ser realizado a partir de estratégias da saúde pública, atuação da imprensa e organização da população em um suposto cenário de crise do Coronavírus no Brasil (19 minutos), a questão da testagem e do desenvolvimento das vacinas, e

ainda, as consequências da polarização política sobre o Coronavírus (10 minutos) e, finalmente, uma breve conclusão sobre os últimos assuntos abordados (1 minuto).

Após a reflexão, o programa se encaminha para o “farol aceso”, mas antes escutamos um trecho (4 minutos) de uma conversa em *off*, em que a mesa conversa sobre virologia e a importância dos vírus para a evolução da espécie humana. Depois chega o “quadro farol aceso”, em que a mesa de participantes traz 4 indicações de conteúdos que não abordam o assunto do programa (6 minutos). Em seguida, o programa traz uma coluna do PerifaConecction, em que o convidado Salvino Oliveira aborda o assunto de mudanças climáticas, sem relação ao episódio (5 minutos). Os 5 minutos finais do episódio são dedicados ao quadro “fala que te escuto”, em que as apresentadoras comentam o caso envolvendo a participação da influenciadora Nath Finanças no episódio #237 que acabou sendo deletado em função do que as apresentadoras chamaram de racismo estrutural, assumindo a responsabilidade por seus atos, como vimos no subcapítulo “2.2 Audiência e relacionamento”.

Tabela 3: Estrutura do primeiro episódio “#238 – Coronavírus” dividida em duas partes: Primeira parte do programa e Segunda parte do programa

Primeira parte do programa	Tempo
Anúncios	Cerca de 6 minutos
Contextualização sobre o tema	Cerca de 2 minutos
Apresentação dos convidados	Cerca de 1 minuto
Indicação de divisão em duas partes do episódio	Cerca de 1 minuto
Pergunta aos convidados sobre as consequências de contrair o vírus e início do debate	Cerca de 2 minutos
Quadros graves da doença	Cerca de 2

	minutos
Como diagnosticar o Coronavírus e não confundir-lo com outras doenças	Cerca de 3 minutos
A crise do Coronavírus na China	Cerca de 6 minutos
Como ocorre a transmissão do vírus	Cerca de 3 minutos
Classificação da OMS + diferença entre as nomenclaturas (pandemia, epidemia) + preocupação em identificar as origens do vírus	Cerca de 5 minutos

Segunda parte do programa	Tempo
O papel do Brasil e dos outros países no combate à doença	Cerca de 8 minutos
Controle de diagnósticos e casos da doença no Brasil	Cerca de 13 minutos
Estratégias sugeridas para que a Saúde Pública possa conter o vírus caso este se espalhe pelo Brasil	Cerca de 19 minutos
Desenvolvimento de testes e vacinas + polarização política	Cerca de 10 minutos
Reflexões sobre a última parte debatida durante o programa	Cerca de 1 minuto
Conversa entre os participantes após o encerramento do episódio	Cerca de 4 minutos
Indicações da mesa no quadro “farol aceso”	Cerca de 6 minutos

Coluna do PerifaConnection	Cerca de 5 minutos
Quadro “fala que te escuto”	Cerca de 5 minutos

Fonte: o autor

Consideramos que a estrutura analisada do episódio “#238 – Coronavírus” ilustra de forma equilibrada os contextos envolvendo o Coronavírus. A divisão em duas partes do programa é positiva, pois se compromete em explicar os principais fatos sobre a doença primeiro em seu lugar de origem, a China. Já a segunda parte desenvolve possíveis cenários e situações no cenário brasileiro que ainda não haviam ocorrido, pois o Brasil não havia reportado casos da doença no período do episódio. Porém, os exemplos são importantes, porque se baseiam em casos reais, onde os convidados comparam o Brasil com a China em diversos momentos do programa. E, por outro lado, criticam as consequências da polarização no território nacional, e como isso dificultaria o combate à doença. Assim, nos 30 minutos iniciais, o episódio desvenda e informa o que se sabia no momento a respeito da doença. Enquanto a segunda parte, que dura cerca de 50 minutos, se aprofunda ainda mais no assunto, analisando uma possível chegada do Coronavírus ao Brasil. O resto dos 20 minutos do programa apenas cumpre a função de preencher o episódio com outros assuntos de interesse do programa.

4.3.3 Categoria 3: Assunto saúde no primeiro episódio “#238 – Coronavírus”

As percepções do tema saúde podem ser examinadas em algumas passagens do episódio “#238 – Coronavírus”. O assunto saúde, que abordamos de forma específica no subcapítulo 3.2 “Jornalismo de saúde e científico” aparece no episódio em questão de diversas formas. Identificamos a primeira aparição do assunto ainda na parte de Introdução do programa, no quadro “teta”, onde Juliana informa os ouvintes tratando do período em que a China avisou a OMS (31 de dezembro de 2019) sobre muitos casos de pneumonia observados em cidadãos de Wuhan. A apresentadora adverte que mais tarde esses cidadãos desenvolveram a

pneumonia devido ao Coronavírus. Ainda na introdução do episódio, Cris alerta para os veículos de notícias do mundo, que passaram a reportar a descoberta de um novo vírus chinês. Ao final da parte introdutória do programa, Juliana traz o assunto do Coronavírus de forma a aproximá-lo com a realidade brasileira. A apresentadora questiona se a população brasileira estaria pronta para combater o vírus.

Analisamos que a introdução se propõe a tratar do vírus sob um âmbito mundial, já que o Coronavírus ainda não tinha se desenvolvido por outros lugares do mundo, com exceção da China. Embora as apresentadoras deixem claro aos ouvintes desde o princípio do episódio que apesar de não existir notícias do vírus no Brasil, ele pode chegar no país em questão de tempo. Como os ouvintes do Mamilos ainda não tinham conhecimento sobre o Coronavírus, tendo em vista que o vírus na época de lançamento do episódio não era um problema para o Brasil, Juliana e Cris cumprem com o serviço de discorrer sobre as principais características por trás do vírus. Para isso, os convidados trazem fundamentos embasados em fatos e dados, apesar de não contextualizar a origem das fontes em alguns casos.

A posição adotada pelas apresentadoras na primeira parte do programa é de trazer informações sobre o tema para a discussão, e com a ajuda de Iamarino e Ornelas interpretar o significado dessas informações. Nesta primeira parte, o programa não cede espaço para opiniões, onde a mesa debate sobre o Coronavírus com base em fatos e ocorrências reais. Devemos ressaltar que a primeira parte do programa representa a essência do jornalismo de saúde, pois Cris e Juliana buscam traduzir os conceitos dos convidados que transitam por aspectos complexos, a fim de explicar as nuances do Coronavírus. Compreendemos que a condução das apresentadoras em deixar o assunto acessível para o público de ouvintes é compatível com as práticas do jornalismo de saúde.

Na segunda parte do episódio, a abordagem do assunto saúde é feita em diversos trechos, e o episódio passa a adotar discussões mais opinativas e interpretativas, mas sem abandonar os fatores concretos. Assim, a segunda parte consiste em fazer uma avaliação de como o Brasil iria reagir diante do Coronavírus. A partir de perguntas pertinentes feitas pelas apresentadoras, os convidados elaboram reflexões, supondo cenários em que o país poderia estar e o que deveria ser feito. Iamarino e Ornelas argumentam de forma frequente diversas medidas que o Brasil poderia adotar, como organização do governo com ministérios e Estados, testagem de infectados, medidas de segurança que partem de uma comunicação

entre a imprensa e os profissionais da saúde para que a população pudesse se prevenir. O assunto saúde também se faz presente na coluna final do programa, de Salvino Oliveira. Apesar de não tratar sobre o Coronavírus, ainda assim a coluna é construtiva, pois aborda as gravidades presentes nas mudanças climáticas e seus impactos sociais e ambientais.

Apesar de muitos cenários hipotéticos propostos pelas apresentadoras e convidados durante a segunda parte até o final do programa, as conversas conseguem engajar o ouvinte, pois abordam diversos contextos sociais, desde a importância da pesquisa e ciência no Brasil, os danos provocados por uma polarização política desenfreada no Brasil e demais problemas que o país enfrenta em relação a saúde, exemplificadas por Ornelas como a violência contra mulher, índices altos de HIV, etc. A maneira pela qual os convidados exploram temas ligados à saúde resulta em narrativas populares do cotidiano, sendo possível que a audiência crie vínculos com o que está sendo descrito no episódio.

4.3.4 Categoria 4: A divulgação nas Redes Sociais do Mamilos

Levando em conta a análise que fizemos sobre fontes, estrutura e abordagem do tema saúde, analisamos agora a comunicação e o desempenho dos episódios nas redes sociais do Mamilos Podcast. Entre as redes escolhidas, selecionamos o Twitter do Mamilos, o Instagram e o Facebook. A proposta da análise ao dar ênfase para estas 3 redes citadas foi pensada devido à assiduidade e frequência de postagens que o podcast dedica em sua divulgação. Desse modo, como a presença do Mamilos em outras redes como o LinkedIn é ocasional, ou seja, não identificamos um cronograma de postagens regulares, optamos por descartar essa rede e focar nas redes sociais do podcast que apresentam interações e engajamento com seu público.

Posto isto, analisamos primeiramente o episódio “#238 – Coronavírus”, publicado oficialmente nas plataformas do Mamilos na data 14 de fevereiro de 2020. No mesmo dia (14), o Mamilos divulgou o episódio em sua conta do Instagram e Facebook. No twitter a divulgação do episódio ocorreu apenas no dia 26 de fevereiro.

Ao observarmos inicialmente os conteúdos gerados no Instagram do Mamilos em referência ao episódio analisado, percebemos que a intenção do podcast ao

anunciar o episódio é breve, curta e simples. O Post (1) apresenta a capa do episódio #238 junto a uma legenda que revela que o tema do episódio, o Coronavírus, irá passar por uma interpretação no cenário brasileiro. Isto se dá pois o post traz um questionamento que funciona como perspectiva para muitos assuntos comentados durante o episódio. Destacamos o questionamento do post “Afinal, o que o Brasil faz em termos de prevenção é o suficiente?” como uma maneira eficiente de engajar os seguidores do Instagram do Mamilos. O conceito do Coronavírus era pouco conhecido no território brasileiro na época do lançamento do episódio, e o questionamento do post exerce a função de convidar o ouvinte do Mamilos, pois traz enfoque no Brasil, instigando o ouvinte a buscar conhecimento e refletir sobre a possibilidade de o vírus se tornar uma questão preocupante no Brasil. O post possui um total de 1.969 curtidas e 90 comentários, que em grande parte elogiam a qualidade do programa e da escolha dos convidados. No segundo post (2), ainda em relação ao episódio, publicado em 19 de fevereiro, o post traz apenas um foto das apresentadora junto aos convidados do episódio #238 - Coronavírus, lamarino e Ornelas. O objetivo do post é fazer uma chamada de atenção para os ouvintes que ainda não ouviram o episódio, e também para interagir com os seguidores que já escutaram. Nesse post (2) notamos engajamento superior ao post (1). O post possui 5.012 curtidas e 120 comentários, que em sua maioria engrandecem o episódio e os demais participantes. Por fim, o último post (3) do Instagram que faz referência ao episódio em questão foi publicado em 20 de fevereiro. O post apresenta o quadro final do programa, denominado “farol aceso”, onde a mesa do episódio indica recomendações de conteúdos em diferentes formatos. Cris Bartis indica o filme “Parasita”, de Bong Joo Ho, enquanto Juliana indica o livro “Nu, de Botas” do autor Antonio Prata. Já a convidada Denize Ornelas indica o livro “Saúde de Migrantes Refugiados”, das autoras Deisy de Freitas Lima Ventura e Veronica Quispe Yujra. O convidado Atila lamarino recomenda o anime “Cells At Work!”. Embora o “farol aceso” se proponha a ouvir as dicas da mesa, o conteúdo recomendado não precisa necessariamente ter relação com o tema do assunto. O post (3) conta com 2.140 curtidas e 36 comentários de seguidores que agradecem as recomendações com feedbacks positivos.

A partir da análise das publicações do podcast em seu Instagram levantamos agora as publicações das próximas plataformas. Enquanto o Instagram do programa utilizou 3 postagens para engajar seu público com o episódio, o mesmo não ocorre


com o Facebook do Mamilos. O post do Facebook, post (4) utiliza a mesma imagem e legenda do post (1) do Instagram do Mamilos, e disponibiliza um link para o episódio. A postagem possui somente 71 curtidas, um valor inferior se comparada à postagem idêntica feita no Instagram, e 21 compartilhamentos.

Finalmente a última plataforma selecionada, o Twitter do Mamilos, utiliza em sua legenda uma linguagem semelhante à das duas plataformas vistas. A diferença é que o texto está mais reduzido, mas segue com a mesma proposição de difundir o conhecimento sobre o Coronavírus em um contexto nacional. A postagem realizada no twitter (post 5), na data 26 de fevereiro, com uma distância entre a divulgação das outras redes citadas, obteve 322 curtidas, 41 retweets (compartilhamentos) e 15 comentários. Observamos que os comentários ao episódio, em relação aos comentários do Instagram (post 1) apresentam notáveis diferenças. Nesta postagem do twitter, os comentários dividem-se em enaltecimentos ao episódio e críticas ao programa, que vão desde a conduta do Mamilos até seus patrocinadores, o Banco Bradesco. Os seguidores discutem entre si. Alguns saem em defesa do podcast, enquanto outros fazem deboches. O perfil do Mamilos não responde nenhum dos comentários ali feitos.

Ao realizarmos a análise dos conteúdos postados nas redes sociais pertencentes ao Mamilos temos como objetivo ver como um dos mais populares podcasts do Brasil, nascidos diretamente do meio digital, manifestam e divulgam seu conteúdo. No episódio citado, notamos que o podcast não produz posts grandiosos e elaborados para reter o alcance do público. Contudo, o engajamento das redes sociais do programa se difere de forma atenuante. Enquanto a divulgação do episódio no Facebook não desperta comentários, a mesma publicação no Instagram gera um resultado expressivo por parte do público. Já no Twitter, o engajamento também é relevante, mas vemos que o público não é a base de fãs do programa, já que uma linguagem em tom ofensivo é disparada em relação à equipe do Mamilos e aos seus afiliados. Em outras palavras, as críticas efetuadas no Twitter se direcionam diretamente ao podcast do Mamilos, ao invés de focar no conteúdo do episódio.

Tabela 4 - Prints das postagens do Mamilos em relação ao primeiro episódio “#238 – Coronavírus”

Episódio #238 – Coronavírus	Data	Função do post
 <p>Post (1)</p>	14/02/2020	Divulgar o episódio e despertar a atenção do ouvinte, deixando questões no ar ao questionar como o Brasil poderia combater o vírus.
 <p>Post (2)</p>	19/02/2020	O post (2) busca enaltecer os convidados, e outra vez divulgar o episódio. Assim, a postagem poderá instigar o ouvinte que ainda não escutou, mas que ao ver a foto dos convidados sinta um desejo maior em consumir o programa.
 <p>Post(3)</p>	20/02/2020	O post (3) simplifica o acesso aos materiais que foram indicados durante o quadro “farol aceso”.
 <p>Post (4)</p>	14/02/2020	Divulgar o episódio, assim como no Instagram, além de disponibilizar um link que facilita o acesso do seguidor do Mamilos ao programa.

 <p>Post (5)</p>	<p>26/02/2020</p>	<p>O Post (5) cumpre com o mesmo papel de divulgar o episódio, só que em sua conta do Twitter.</p>
---	-------------------	--

Fonte: o autor

4.4 ANÁLISE DO SEGUNDO EPISÓDIO “#248 - VIDA NA LINHA DE FRENTE DA COVID”. 24 de abril de 2020

As apresentadoras iniciam o programa com um rápido recado do Banco Bradesco. Após a propaganda, as apresentadoras trazem outra propaganda sobre um dos podcasts da rede B9, o “Finitude”. Logo em seguida elas apresentam sua coluna intitulada “A vida pós Covid”. A coluna busca explorar o conceito da telemedicina, destacando que o Congresso Nacional debate há quase 5 anos sobre a regulamentação dessa prática. Para alguns profissionais, essa é a chance de tratar de paciente em áreas remotas. Para outros, o exame clínico presencial é algo fundamental, e que se feito à distância pode atrapalhar o processo. A coluna ainda observa que em março de 2020 foi criado um projeto para possibilitar esse tipo de medicina, principalmente por causa da pandemia. Para discutir sobre o assunto, a coluna abre lugar para a jornalista Cristina De Luca, com experiência na área de tecnologia. A jornalista se apresenta e logo traz as questões que tangem o debate. A jornalista questiona se os médicos precisam de uma formação especializada nesta área. No fim da coluna, De Luca ressalta que há um crescimento de startups na área de saúde e tecnologia para cuidar dessas lacunas.

Encerrando a coluna, Juliana abre uma segunda coluna, dessa vez do portal de comunicação PerifaConnection, com o convidado Wesley Teixeira para falar sobre o período de crise da pandemia. Teixeira explica sobre a campanha que ele e sua família estão desenvolvendo para ajudar outras famílias necessitadas nesse período.

Após seu breve áudio (3 minutos), o programa se inicia com a chamada “teta”. As apresentadoras explicam que a pandemia já ocorre há 120 dias (4 meses), e ainda procuram entender como lidar com o vírus. Elas trazem a contextualização sobre a Covid 19, embora enfatizem que não estão claros todos os detalhes da doença como, por exemplo, a quantidade de partículas que uma pessoa recebe para estar contaminada com o vírus. Elas então explicam que os médicos são mais suscetíveis à doença devido ao fato da quantidade de vírus a que são expostos.

As apresentadoras citam uma matéria do jornal Folha de S.Paulo destacando que um total de 8,2 mil profissionais foram afastados do trabalho por se contaminarem com o vírus ou por apresentarem sintomas, como síndrome respiratória aguda. A matéria também evidencia que ao menos 11 profissionais de saúde já morreram em decorrência da Covid 19. Já nos EUA, mais de 9 mil profissionais foram infectados, e ao menos 27 dos profissionais faleceram. Após os dados, o programa insere um áudio do médico infectologista Davi Uip, que traz seu relato do momento em que esteve internado.

Juliana cita sentimentos como solidão, impotência e coragem como sentimentos enfrentados pelos profissionais da saúde. Cris traz exemplos de situações que os médicos enfrentam, como trabalhar horas a fio e perder pacientes. Cris enfatiza a posição do presidente em ridicularizar a pandemia. Enquanto isso, pessoas batem palmas através de suas janelas, prestando homenagem aos profissionais.

Ao longo do episódio, diversos relatos de profissionais da saúde descrevem como a pandemia afetou suas vidas pessoais e profissionais. No final do programa as apresentadoras apresentam o “farol aceso”, para trazer recomendações que não necessariamente tem a ver com o assunto do programa.

4.4.1 Categoria 1: Fontes do segundo episódio “#248 - Vida na linha de frente da Covid”

No episódio “#248 - Vida na linha de frente da Covid”, a dinâmica da participação das fontes é feita de forma diferente em relação ao primeiro episódio que analisamos. Ao invés de os convidados trazerem seus relatos em áudio, o programa opta por ler os relatos de 10 convidados nas vozes das apresentadoras Cris e Juliana. Com base nisso, percebe-se que a escolha de narrar a história dos

personagens desse episódio é feita para humanizá-los, fazendo com que o ouvinte se concentre em cada uma das narrativas apresentadas. Outro aspecto é o de que 4 das fontes que contribuíram com seus relatos mantiveram suas identidades em sigilo. Assim, desses 4 convidados, 2 só informaram seus primeiros nomes, escolhendo não citar o sobrenome, e outros 2 mantiveram total anonimato.

Assim, assumimos que a alternativa de narrar os relatos faz sentido, visto que alguns desses relatos fazem denúncias ao descrever suas rotinas de trabalho. Quando analisamos as fontes citadas, chegamos ao total de 18 fontes. Dessas fontes citadas, 5 delas não são identificadas pelo programa, tais como trechos de noticiários e matérias da imprensa.

A primeira fonte a marcar participação no programa aparece na coluna inicial do episódio em questão. As apresentadoras apresentam a coluna intitulada “vida pós Covid”, que debate o conceito de telemedicina. As apresentadoras fazem uma introdução do tema, destacando que o Congresso Nacional debate há quase 5 anos sobre a regulamentação dessa prática. Elas apontam que, para alguns profissionais, essa é a chance de tratar de pacientes em áreas remotas. Para outros, o exame clínico presencial é algo fundamental, que se feito à distância pode atrapalhar o processo. Na coluna, a jornalista Cristina De Luca se apresenta, afirmando que participa da cobertura de assuntos ligados à tecnologia há décadas. Durante a coluna, De Luca aborda com objetividade as principais questões que permeiam o debate da telemedicina. Desse modo, ela inicia com um questionamento, que é a necessidade de uma especialização dos médicos para atender pacientes no formato *online*. Ela também indica que os profissionais precisam seguir os mesmos procedimentos em uma consulta não presencial, visto que o valor pago pela consulta continuará o mesmo.

A jornalista cita desafios desse formato, onde médicos devem garantir a segurança e o sigilo de dados dos pacientes. De Luca também insere em sua fala os benefícios da telemedicina, defendendo a prática. Entre os benefícios, ela aponta para a diminuição de filas em hospitais, ou a rapidez que pacientes têm ao descobrir diagnósticos. A jornalista conclui seu relato ponderando que há um crescimento de startups na área de saúde e tecnologia para cuidar dessas lacunas, e que a telemedicina é uma prática que não pode continuar sendo desconsiderada, principalmente em um período como o da pandemia, em que a prática do distanciamento social se tornou fundamental.

Encerrando a sua fala, Juliana já abre a segunda coluna que integra o episódio. Nessa coluna, o programa abre espaço para que o convidado Wesley Teixeira, membro do PerifaConnection, um portal de comunicação feito para retratar questões que tangem ao universo periférico brasileiro. Juliana o contextualiza como morador da favela Mangueirinha, localizada na região da Baixada Fluminense, no Rio de Janeiro. A apresentadora conta que o jovem faz parte do Movimento Negro Evangélico, e é estudante de pedagogia. Juliana encerra, complementando que Teixeira é integrante do Pré-Vestibular Popular +Nos, e participa do Movimento Negro Unificado (MNU). Teixeira anuncia sua presença, contando que faz parte do portal PerifaConnection, e avisa que tem como objetivo falar sobre o momento de crise que estamos vivendo. Em seu relato, o rapaz cita uma ação da qual faz parte, que tem conseguido cumprir o papel de alimentar 2.441 famílias moradoras da cidade de Duque de Caxias, chamando a atenção para algo que deveria ser feito pelo governo. Ele não contextualiza o grupo que realiza esta ação. Segundo ele, a cidade de Duque de Caxias é extremamente precarizada. Teixeira conta que seus pais também participam desta ação, e relembra todas as dificuldades financeiras enfrentadas pela família, elogiando-a. Ele encerra seu relato compartilhando que atualmente está construindo sua própria família, e pretende levar sua ação solidária a cada vez mais famílias que vivem em situação de pobreza.

Após o encerramento das duas colunas, vem a abertura da “teta”, onde Cris e Juliana abordam tópicos e discussões referentes à Covid 19. Ao sinalizar que os profissionais da saúde acabam sendo os mais afetados pela doença, já que atendem diversos pacientes, e assim, estão mais expostos do que outros profissionais, as apresentadoras trazem uma série de dados para ilustrar as consequências da pandemia para estes profissionais. Cris diz que ainda não há uma projeção exata de quantos desses profissionais estão infectados, porém ela fala de um cálculo realizado pela Folha de S.Paulo, onde estima que no dia 16 de abril, um total de 8,2 mil profissionais foram afastados do trabalho por estarem contaminados ou apresentarem sintomas como uma síndrome respiratória aguda. Cris fala que apenas em São Paulo 3.865 profissionais foram afastados (representando 4,8% do total de doentes). Apesar de não citarem o nome da reportagem da Folha de S.Paulo, os números são essenciais para que os ouvintes consigam ao menos ter uma ideia da dimensão do problema que os profissionais da saúde enfrentam. Juliana afirma que já nos EUA, mais de 9 mil profissionais foram infectados, o que

equivale a 11% dos casos confirmados no país. Ao menos 27 dos profissionais faleceram. Juliana finaliza dizendo que no mundo, os profissionais da saúde correspondem a cerca de 4 a 12% dos casos confirmados da doença.

Após a sequência de dados, que impactam de maneira positiva, pois elucidam a situação dos médicos e demais profissionais da área não apenas no Brasil, mas também no mundo, o médico infectologista Davi Uip traz seu relato escrito do momento em que esteve internado. O relato é lido por Cris. Ela apresenta Uip como médico e coordenador do Centro de Contingência do Coronavírus de São Paulo. O médico dá um relato curto (40 segundos) após ter sido infectado. Ele diz que teve de se reinventar após tamanho sofrimento, mas que o isolamento social é extremamente necessário.

Na sequência, Juliana faz observações, opinando que o papel dos médicos passou a ser o de acolhimento dos pacientes, elogiando essa relação, pois a situação do paciente é de extremo medo e desespero. Cris contribui com os casos de desdém do presidente em relação à pandemia, e evidencia que as consequências de brigas políticas resultaram na queda do ministro da saúde. Aqui identificamos que Cris se refere à demissão do ex-ministro da saúde Luiz Henrique Mandetta no período de 16 de abril, apesar de a apresentadora não citá-lo diretamente. Juliana também levanta os dois lados da moeda na perspectiva de saúde. De um lado, uma parte da população luta para defender o SUS. Do outro, protestos são realizados em frente a hospitais pedindo o fim do isolamento social. Cris reitera que o episódio pretende dar rostos para esses profissionais da linha de frente

Juliana segue, contando sobre a divulgação de dados da Fiocruz sobre a evolução de casos de síndrome respiratória aguda no Brasil. Quando ocorreu a gripe suína houve um total de 1.5 pessoas hospitalizadas para cada 100 mil habitantes em 2016. No momento atual a incidência da síndrome respiratória aguda é de mais de 5 pessoas para cada 100 mil habitantes. Este número equivale a quase 4 vezes mais casos em relação ao pico de 2016. O maior número de casos se concentra no Sudeste. Em Manaus os leitos hospitalares colapsaram. O programa insere um áudio (de aproximadamente 22 segundos) de uma notícia não identificada falando sobre a situação da cidade. No momento já haviam morrido 185 cidadãos e mais de 2000 casos foram confirmados, muitos deles de profissionais da saúde. Trincheiras estavam sendo construídas para enterrar os mortos na cidade.

A próxima fonte é anônima, que se introduz como fisioterapeuta intensivista. O depoimento é narrado por Cris. A fisioterapeuta conta que trabalha em dois hospitais de Manaus, um público e outro privado (sem citá-los). No relato da profissional, a maioria dos hospitais da cidade não possui a infraestrutura necessária para atender pacientes com de Covid 19. Além disso, as unidades não recebiam suporte e equipamentos, resultando em uma alta infecção dos profissionais na ala hospitalar. Assim, a fisioterapeuta destaca a desorganização dos hospitais em distribuir equipamento de segurança, como máscaras n95, escudos de proteção, aventais impermeáveis, citando que os gastos entre R\$ 50 até R\$ 90 para os equipamentos são feitos pelos próprios profissionais. Dessa forma, ela denuncia que os gestores dos hospitais mentem ao afirmarem que estão cuidando dos profissionais da saúde, quando na verdade há um sucateamento de equipamentos, o que causa mais infecções entre eles. Ela aponta para um episódio em que teve que usar uma capa de chuva como equipamento de proteção. Ela também destaca a pressão e medo que os profissionais estão tendo, como ficar afastados de suas famílias para não infectá-los. Ela fala que se sente negligenciada pelos gestores e autoridades do estado, culpabilizando-os por subestimar as consequências da doença, como os óbitos e a falta de pagamento de colegas enfermeiros, trabalhando com seus salários atrasados. No fim do seu relato, ela suplica por condições dignas de trabalho, apontando novamente o abandono que sente.

O desabafo da fonte, que escolhe manter-se anônima, é forte e traz uma denúncia sobre as condições de trabalho e a falta de suporte que esses profissionais, como médicos e enfermeiros, encontram. O relato, que é quase um pedido de socorro, integra a essência do episódio e cumpre com o papel de informar a dura realidade dos profissionais da saúde no momento da pandemia.

Após uma leve trilha sonora, Cris Bartis traz o próximo assunto. Ela introduz uma matéria realizada pela BBC News Brasil citando os autores, os jornalistas Leandro Machado e Rafael Barifouri, sobre os desafios dos profissionais de saúde nesse momento. A matéria conta o caso de um paciente com Covid 19 que foi entubado. A médica que atendeu o paciente não portava máscara e, mesmo assim, atendeu o paciente, apesar de ter 60 anos, sendo enquadrada nos grupos de risco da doença. O programa insere um áudio de 21 segundos em que um repórter (não identificado) explica sobre a reutilização de equipamentos na Inglaterra, mostrando que o Brasil não é o único país que enfrenta a escassez de materiais.

Cris cita o caso dos Estados Unidos, em que o país interceptou cargas de equipamentos de outros países, burlando as entregas. Ela introduz outro áudio de um veículo não identificado que conta a situação no Maranhão. O áudio de 19 segundos relata que o acesso aos equipamentos para a cidade foi pensado de forma engenhosa, para não ocorrerem desvios dos equipamentos, fazendo o transporte do material pela Etiópia.

No próximo relato de texto, narrado por Juliana, o coveiro Breno Baeta, formado em Ciências Sociais, relata sua situação de trabalho em Minas Gerais. Baeta conta que é o único coveiro responsável pelos dois cemitérios da cidade de Cristiano Ottoni. Em seu texto, ele conta sobre seu medo em realizar sepulturas para pessoas que faleceram pela Covid 19. O rapaz lamenta por não ter o mínimo de equipamento necessário para o trabalho. Dentre os equipamentos ele cita alguns, como um macacão, luvas de limpeza, escudo de proteção facial, máscaras N95 e óculos de proteção. Ele se queixa que o único equipamento que recebeu durante seus 4 anos de trabalho foram botas de segurança para o cemitério. Ele também reclama da falta de higienização em seu local de trabalho. O rapaz comenta que protestou contra essas condições e que seus protestos renderam notícias, e como resultado da repercussão recebeu um banheiro e uma sala em seu local de trabalho, porém não recebeu os equipamentos que citou. Ele conta que utiliza sacos de plástico para substituir as luvas. Antes ele lembra que tinha poucos sepultamentos, no período anterior à chegada do vírus (cerca de 2 ou 3 sepultamentos por mês). Mas em abril os números aumentaram consideravelmente (5 sepultamentos no mês), comenta em seu relato. Ele descreve os pesadelos que teve com o medo do vírus. No final do depoimento, o rapaz também relata o sentimento de impotência e que se encontra no limite do medo.

O relato de Baeta explora as questões da fadiga, cansaço, medo e abandono ao lidar com a doença, sem o mínimo de proteção necessária para enfrentar sua rotina de trabalho. Assim como outros relatos anteriores desse episódio, o relato de Baeta soma-se aos outros ao evidenciar a negligência e descaso com a vida de profissionais que encaram o vírus de perto. Como consequência, a saúde psicológica desses profissionais fica extremamente abalada.

Juliana prossegue e retoma a gravidade do vírus, inserindo outro áudio de um noticiário (não identificado) em que estudos buscam entender o porquê de fumantes apresentarem menos incidência de casos ligados à doença. O áudio questiona se a

nicotina poderia interferir no vírus da Covid 19. Após o encerramento do áudio, Juliana afirma que essas suposições não são suficientes, e que no momento todos deveriam buscar soluções imediatas.

Apontamos que o áudio não é relevante, pois não possui propósito na dinâmica do programa. A história da próxima fonte é contada por Cris. Como sexta fonte, temos o depoimento de Roberta Lessa, especializada em saúde pública. Lessa descreve que atua como residente de neurologia no Hospital Geral de Fortaleza . Ela conta que mora com seus pais e a irmã, afirmando que pelo fato de os pais serem da área da saúde, sua irmã é a única a fazer isolamento na casa. Ela conta que no passado anterior à pandemia trabalhava 60 horas semanais como residente e fazia alguns plantões. Mas desde que o Coronavírus surgiu, sua rotina de trabalho passou a ser de 84 horas semanais. Ela também conta sobre todos os equipamentos que tem de vestir para entrar em seu setor como: aventais, gorros, máscaras, escudos, luvas e botas impermeáveis e as medidas para evitar a contaminação em outros setores, como testes. Em sua casa, ela também realiza muitos cuidados de higiene para não trazer a Covid. Ela trabalha na ala emergencial. Lessa narra sua experiência com os pacientes e todas as dores em torno disso, como a ansiedade dos pacientes e o acolhimento que eles precisam.

O relato de Lessa abrange a humanização que pode ser observada nas relações entre médicos e pacientes. Nesse momento de pandemia, médicos passaram a ser mais cuidadosos e afetivos com pacientes que se sentem sozinhos e com medo.

Juliana dá voz à próxima fonte, Tatiane Matias (de 34 anos) que se apresenta em seu texto como uma profissional responsável pela higienização do hospital Santa Casa de Misericórdia em Belo Horizonte. O seu trabalho é coordenar equipes e cuidar da limpeza geral do ambiente. Matias relata sobre a situação dos hospitais e tem esperança de que as pessoas se conscientizem mais sobre a doença, falando que teve de redobrar a rotina de limpeza e mudar os hábitos em casa, visto que tem dois filhos. Ela relata a situação de um paciente debilitado, dizendo que nesse período os médicos prestam total apoio aos pacientes. Tatiane Matias em seu relato levanta a noção de conscientização pela doença, algo muito suplicado por diversos profissionais da área, que enxergam a realidade do vírus e suas consequências de perto.

Seguindo a série de relatos, o próximo é o da enfermeira Bruna (não é informado seu nome completo), que trabalha em um grande hospital de São Paulo (sem identificação). Ela trabalha na linha de frente com pacientes adultos positivados com Covid. Bruna se afastou por um tempo do trabalho por extrema ansiedade e suspeita da doença. Ela conta que realizou 2 testes para a doença, mas teve resultado negativo. Bruna manteve confinamento com sua família e noivo por algum tempo. Bruna explica a importância da quarentena, e seu medo constante. A enfermeira relata que a complexidade dos casos foi aumentando e fala da importância do apoio que teve do seu marido.

Após o relato, Cris relembra a série de fotos que viralizou na internet, na qual médicos italianos retratavam suas rotinas exaustivas. Ela cita o exemplo do médico Nicola Sgarbi que em 13 de março, após 12 horas de trabalho, registrou o momento para enviar uma foto à sua filha pequena. Outros profissionais começaram a divulgar suas fotos também, retratando seu fim de expediente. Cris diz que se emocionou ao assistir um episódio do Greg News falando sobre a relação entre um pai médico e um filho pequeno.

Cris, então encaminha o próximo relato da próxima fonte: Kiara (38 anos) que é mãe de duas meninas (uma de 11 e outra de 9 anos) - médica intensivista que dividia a gerência de uma UTI especializada em Covid 19 em hospital referência na zona sul do Rio de Janeiro (não identificado). A médica conta que foi a primeira e única mulher ocupando o posto de gerência em 30 anos no seu local de trabalho. Ela também anuncia no texto que participa da gerência de uma UTI materna, referência para gestantes com Covid 19 pelo SUS em São João de Meriti. Ela conta em seu relato que antes da Covid, trabalhava por 36 horas em plantões semanais na UTI adulta, e médica e rotina na UTI materna, e que nessa rotina conseguia equilibrar o tempo com seus pacientes e com suas filhas. Porém, após a Covid, teve que mergulhar em UTIs com casos de pacientes confirmados e suspeitos. Ela aponta que desde o dia 12 de março está isolada de suas filhas, deixando-as com o ex-marido. Ela conta que foi muito difícil se separar das filhas, mas que elas compreendem. A médica fala que esse isolamento terá um preço, mas que agora é extremamente necessário. Em sua rotina ela resume que vai muito cedo para o hospital sem hora para voltar para casa, e estuda sobre a doença.

Juliana afirma que ela trará um último relato. No relato temos uma técnica de enfermagem (31 anos) que faz uma crítica à desvalorização que os técnicos

recebem em comparação com os outros profissionais da saúde. Ela tem muitas crises de ansiedade devido à pressão e ao cansaço do trabalho. Ela lamenta a morte dos pacientes, que ficam afastados dos seus familiares até o final.

Após esse último relato, as apresentadoras fazem uma pausa para fazer a propaganda do curso de inglês “Cambly”. No final do programa elas apresentam o “farol aceso”, para trazer recomendações que não necessariamente tem a ver com o assunto do programa.

Tabela 5: Fontes convidadas do segundo episódio “#248 - Vida na linha de frente da Covid “- 8 fontes

Cristina De Luca: jornalista com especialização em tecnologia
Wesley Teixeira: integrante do PerifaConnection
David Uip: médico infectologista
Fonte anônima: fisioterapeuta intensivista
Breno Baeta: cozeiro
Roberta Lessa: médica e especialista em Saúde Pública. Atua no Hospital Geral de Fortaleza
Tatiane Matias: coordenadora de higienização do Hospital Santa Casa de Misericórdia de Belo Horizonte
Bruna: enfermeira
Kiara: médica intensivista
Fonte anônima: técnica em enfermagem

Fonte: o autor

Tabela 6: Fontes citadas durante o segundo episódio “#248 - Vida na linha de frente da Covid” – 18 fontes

Congresso Nacional
Conselho Federal de Medicina
Pré-Vestibular Popular +Nos
Movimento Negro Unificado (MNU)
PerifaConnection: portal de informação com ênfase em periferias do Brasil
Jornal Folha de S.Paulo
Centro de Contingência do Coronavírus de São Paulo
Ministro da Saúde
Sistema Único de Saúde (SUS)
Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz)
Noticiário não identificado
BBC News Brasil
Leandro Machado: repórter da BBC News Brasil
Rafael Barifouse: repórter da BBC News Brasil
Noticiário não identificado
Noticiário não identificado
Noticiário não identificado
Nicola Sgarbi: médico italiano que ficou conhecido no mundo por compartilhar fotos da sua rotina de trabalho no atendimento de pacientes com Covid 19
Greg News: programa de TV

Fonte: o autor

4.4.2 Categoria 2: Estrutura do segundo episódio “#248 - Vida na linha de frente da Covid”

Em “#248 - Vida na linha de frente da Covid”, o programa abre com um recado dos parceiros comerciais do programa e uma propaganda do podcast “Finitude”, totalizando 3 minutos de duração. Logo após, Cris anuncia a coluna “vida pós Covid”, que se estende por 6 minutos. A coluna, com a participação da jornalista Cristina De Luca, cumpre o papel de discutir os assuntos da telemedicina, de forma resumida, focando em determinados pontos com objetividade. De Luca não faz longas discussões, apenas aponta alternativas que deveriam ser discutidas na telemedicina e a relevância que esse formato pode agregar para a área da saúde.

Vemos outra coluna, dessa vez do PerifaConnection, que dura aproximadamente 3 minutos. Um dos aspectos relevantes na coluna citada, que conta com a participação do jovem Wesley Teixeira, membro do PerifaConnection, está na sua descrição da situação de precariedade, na qual grande parte das periferias do Brasil está exposta devido à pandemia. Ao citar a ação, mesmo com poucas informações, o jovem afirma que foi possível entregar alimentos para diversas famílias, alegando que o Estado deveria prestar suporte para essas pessoas que foram duramente afetadas pela pandemia. Embora a coluna não foque tanto na questão do episódio (os profissionais de saúde) ela é importante, pois traz o contexto brasileiro das periferias e da população pobre, que em muitos casos não pode cumprir o distanciamento social, pois tem que garantir seu sustento e alimento do dia a dia.

Após as duas colunas que marcam a introdução do programa, é anunciado o bloco “teta”, em que as apresentadoras buscam observar o contexto da pandemia, contribuindo com dados e fatos sobre a doença (4 minutos). Encerrando a “teta”, Cris anuncia a primeira fonte, o profissional de saúde Davi Uip, que dará abertura ao primeiro relato do episódio (1 minuto). Após o breve relato, as apresentadoras enfatizam a dura realidade desses profissionais em meio à crise do Coronavírus instalada no Brasil (3 minutos). Assim, Cris segue, afirmando que o episódio irá conhecer os relatos de diversos profissionais da saúde para compreender como eles estão lidando com as dificuldades neste momento de pandemia (3 minutos).

Dito isto, Juliana contribui com outros dados, e o programa abre espaço para a notícia de um áudio não identificado falando sobre a gravidade que Manaus está

enfrentando com a falta de leitos hospitalares. Juliana então puxa o áudio para contextualizar o segundo relato do programa de uma fisioterapeuta intensivista, que mantém anonimato. O relato tem duração de 5 minutos e é intercalado por uma trilha sonora na parte inicial do depoimento e em seu fim, para causar emoção ao ouvinte.

Cris avança citando uma matéria da BBC, e as apresentadoras discutem a falta de equipamentos e suprimentos no local de trabalho dos profissionais da saúde. O programa insere um áudio não identificado para dar ênfase a esta questão, com o objetivo final de fazer referência ao terceiro relato (2 minutos).

No próximo relato, de Bruno Baeta, o jovem admite o medo que vem sentido de forma constante pela total negligência e falta de equipamentos básicos para realizar seu trabalho como cozeiro. Ao fim de seu relato (6 minutos), sobe uma sutil trilha sonora, provocando outra vez um sentimento de emoção.

Juliana prossegue, trazendo outros dados e complementando com um áudio sem identificação (2 minutos). Quando o áudio encerra, a apresentadora introduz a história da quarta convidada, Roberta Lessa, com um trecho de 5 minutos em que a profissional descreve sentimentos como medo, companheirismo, ansiedade e amor. No próximo depoimento, de Tatiane Matias, a profissional fala sobre as mudanças em sua rotina, e tem esperança na conscientização da população em relação à pandemia (2 minutos). Seguindo os relatos, o próximo é da enfermeira Bruna, que relata as dificuldades de manter seu relacionamento em função de correr constante risco por conta da sua profissão. O relato encerra com certo otimismo (4 minutos) .

Cris faz uma pausa nos relatos para descrever o caso dos médicos italianos que tomaram as redes sociais postando selfies do seu dia a dia de trabalho no combate ao vírus (1 minuto). Depois disso, Cris retoma os relatos, anunciando a história de Kiara (5 minutos). Juliana então menciona que trará o último relato de uma técnica de enfermagem, anônima, que traduz o cansaço presente em sua rotina de trabalho (5 minutos).

Ao chegar ao encerramento de todos os relatos, as apresentadoras abrem espaço para um anúncio (3 minutos) e na sequência contribuem com indicações no quadro “farol aceso” (5 minutos) e encerram o episódio com o bloco “fala que eu te escuto” (3 minutos).

Tabela 7: Estrutura do segundo episódio “#248 - Vida na linha de frente da Covid” - dividida em duas partes: Primeira parte do programa e Segunda parte do programa

Primeira parte do programa	Tempo
Anúncios	Cerca de 3 minutos
Coluna “vida pós Covid”	Cerca de 6 minutos
Coluna do PerifaConnection	Cerca de 3 minutos
Bloco “teta”	Cerca de 4 minutos
Depoimento de Davi Uip	Cerca de 1 minuto
A realidade dos profissionais de saúde que combatem o Coronavírus	Cerca de 3 minutos
Cris anuncia que o programa dará ênfase ao depoimento de diversos profissionais da saúde	Cerca de 3 minutos
Dados sobre as consequências da pandemia em Manaus + anúncio do segundo depoimento	Cerca de 5 minutos

Segunda parte do programa	Tempo
Depoimento da fisioterapeuta intensivista	Cerca de 5 minutos
Comentários das apresentadoras, como base na matéria da BBC	Cerca de 2 minutos
Depoimento de Bruno Baeta	Cerca de 6 minutos

Dados trazidos por Juliana	Cerca de 2 minutos
Depoimento de Roberta Lessa	Cerca de 5 minutos
Depoimento de Tatiane Matias	Cerca de 2 minutos
Depoimento da enfermeira Bruna	Cerca de 4 minutos
O caso dos médicos italianos	Cerca de 1 minuto
Depoimento de Kiara	Cerca de 5 minutos
Depoimento da técnica de enfermagem	Cerca de 5 minutos
Anúncio	Cerca de 3 minutos
Indicações da mesa no quadro “farol aceso”	Cerca de 5 minutos
Quadro “fala que te escuto”	Cerca de 3 minutos

Fonte: o autor

Destacamos que a estrutura do episódio “#248 - Vida na linha de frente da Covid” oferece uma apresentação sobre a situação do vírus no país, ao mesmo tempo em que conecta os assuntos a partir dos depoimentos dos profissionais, reforçando o tema do episódio de forma harmoniosa e realista. A arte inicial do programa divide-se em duas colunas, como vimos, além de trazer um panorama dos casos de doenças entre os profissionais da saúde, apresentar dados, notícias e trazer o primeiro depoimento do profissional Davi Uip, que de forma breve

demonstra aos ouvintes uma prévia para os próximos relatos. Já a segunda parte do programa evidencia de forma profunda o restante dos depoimentos, enquanto inclui dados que conversam com o tema debatido.

4.4.3 Categoria 3: Assunto saúde do segundo episódio “#248 - Vida na linha de frente da Covid”

O episódio “#248 - Vida na linha de frente da Covid” provoca diferentes reflexões que constituem o assunto da saúde. Como é definido no programa que a proposta do episódio seria de “dar rostos aos profissionais da saúde”, como afirma a apresentadora Cris, é inevitável que o assunto referente à saúde surgiria durante o episódio.

Contudo, salientamos que o assunto aparece já nas passagens iniciais do programa. Destacamos que as colunas “vida pós Covid” seguida pela coluna do PerifaConnection examinam a saúde por diferentes pontos de vista. Primeiro a jornalista Cristina De Luca, que é especializada em tecnologia, traz para a coluna “vida pós Covid” a dimensão do conceito da telemedicina. Cabe dizer que o papel da jornalista De Luca se encaixa mais no lugar do jornalismo de ciência. Resgatando o autor Bueno (2013), este situa o jornalismo de ciência como um jornalismo que traz fatos atuais com especialistas no assunto, tais como tecnólogos e cientistas, para então difundir a informação para o público. Da mesma forma que a jornalista De Luca faz ao evidenciar o assunto da telemedicina, que se trata de um conceito novo que não atinge o conhecimento de grande parte da população. A jornalista, através de uma contextualização da telemedicina, citando casos e exemplos, constrói uma relação entre a pandemia e esse formato que, segundo ela, não pode ser mais excluído do debate devido a diversos benefícios. De Luca deixa clara sua opinião sobre a telemedicina ao ressaltá-la de forma positiva, propondo argumentos importantes que fazem sentido em um cenário pandêmico.

A segunda coluna é apresentada pelo jovem estudante de pedagogia e membro do PerifaConnection Wesley Teixeira. Apesar de Teixeira não ser um especialista, como no caso da jornalista De Luca, o jovem aborda a saúde conforme critica o abandono do Estado com as populações carentes. A coluna apresentada por Teixeira traça uma análise interpretativa dos fatos ligados à saúde, tendo como base a realidade do jovem, morador da periferia Mangueirinha, na Baixada

Fluminense, localizada no Rio de Janeiro. A denúncia de Teixeira, frente à falta de alimento que muitas famílias de baixa renda enfrentam, visto que a pandemia afetou a população pobre de forma mais acentuada, escancara a lacuna de auxílio do Estado.

A ênfase do episódio “#248 - Vida na linha de frente da Covid” em relação ao aspecto saúde também pode ser observada na introdução do programa. Juliana e Cris examinam os números de médicos e enfermeiros infectados pelo vírus, afastados do trabalho e até as mortes desses profissionais. No episódio, o ouvinte compreende as dores dos profissionais com base em seus depoimentos, carregados de emoção, medo e até indignação pela ausência de um suporte adequado às necessidades dos profissionais por parte dos gestores de hospitais. Por fim, o episódio cabe como um importante serviço para seu público, pois ao narrar a histórias de diversos profissionais cuja rotina é de combate ao Coronavírus, comunica todas as dificuldades e conseqüências às quais profissionais da saúde estão expostos diariamente em razão da pandemia.

4.4.4 Categoria 4: A divulgação nas Redes Sociais do Mamilos

Optamos, mais uma vez, ao analisar as publicações produzidas em relação ao episódio “#248 - Vida na linha de frente da Covid”, começar pelo material publicado no Instagram do Mamilos. Reconhecemos que na conta de Instagram do podcast concentra-se a maior base da audiência do programa, como vimos na análise anterior. Então, partindo desse ponto, vemos que o primeiro post de divulgação do episódio #248 ocorreu na data de 24 de abril, mesmo período em que o episódio foi postado nas plataformas de agregadores do Mamilos, assim como no site oficial do programa. No post (1) do episódio em questão, observamos uma imagem do design de capa do episódio, seguido por uma breve trilha sonora junto a uma simples animação. A legenda contém 3 parágrafos, que explica que o programa pretende falar sobre as mudanças ocasionadas na vida de profissionais da “linha de frente”, isto é, profissionais que combatem o Coronavírus. No último parágrafo, o programa agradece ao público do Mamilos, os “mamileiros e mamileiras”, pois o episódio indica que as histórias contadas vieram a partir de fontes que estão relacionados com o programa. Assim, podemos entender que as fontes são ouvintes do Mamilos.

Outra vez, a primeira divulgação do episódio é básica e clara. Não ficam dúvidas de que o programa irá abordar o tema de forma emocional, assim como está escrito no post (1) a partir dos relatos pessoais, nesse caso dos ouvintes que se enquadram como profissionais da saúde. O post (1) obteve um total de 4.534 visualizações (por tratar-se de uma animação e não uma foto) e 36 comentários, onde a maioria dos seguidores expressa admiração pelo episódio.

Seguindo, no dia 28 de abril encontramos um novo post, o post (2) que faz referência ao episódio #248. O post em questão encontra-se no formato IGTV, que é um recurso do Instagram para que os usuários possam criar vídeos longos, de até 60 minutos de duração, e contempla o áudio (4:48 minutos) completo da jornalista que participa da coluna inicial do programa, Cristina De Luca, falando sobre a telemedicina. O post (2) possui 4.290 visualizações e 5 comentários, em que seguidores comentam sobre o conceito explicado pela jornalista, trazendo seus pontos de vista.

O último post que identificamos sobre o episódio “#248 - Vida na linha de frente da Covid”, o post (3) aborda duas indicações de conteúdos referenciados pelas apresentadoras no quadro “farol aceso”. O post (3) tem 556 curtidas e 9 comentários que elevam as indicações de Juliana e Cris. Ambos os conteúdos indicados não possuem ligação com o tema do episódio #248.



Após esta análise do Instagram do podcast, levantamos agora a publicação realizada no Facebook do Mamilos sobre o episódio. Somente uma publicação foi produzida, também no dia de lançamento do episódio (24 de abril). O post (4) é idêntico ao post (1), com a mesma legenda. A publicação disponibiliza um link para o episódio “#248 - Vida na linha de frente da Covid”, e conta com 44 curtidas, 2 comentários e 6 compartilhamentos.




Ao final da última análise da divulgação do Mamilos, em seu perfil do Twitter, o episódio #248 foi tweetado pelo podcast através de um link para o programa. A legenda se repete como no post (1) e no post (4). O tweet, post (5) em referência ao episódio, foi postado na data de 24 de abril, que como já vimos foi a data de lançamento do episódio. O post (5) conta com 68 curtidas, 14 retweets e 7 comentários. Ao passarmos pelos comentários, podemos ver pessoas se solidarizando com o episódio, e até mesmo uma chamada de atenção feita pelo próprio podcast, em que corrige um comentário de uma pessoa que se identifica como profissional da área da saúde. O comentário em resposta ao tweet faz uma

crítica à falta de visibilidade que os profissionais que trabalham com a limpeza possuem. Assim, o perfil do Mamilos responde a pessoa, solicitando para que ela ouça o episódio, já que esse episódio em específico aborda uma diversidade de fontes ligadas à saúde, incluindo profissionais da limpeza e até mesmo coveiros.

Outro fato interessante é que o Mamilos publica mais dois tweets para divulgar o episódio. Porém, o podcast cria uma publicação através de um retweet de terceiros que elogiaram o programa. A estratégia do Mamilos aqui é de uma vez mais fazer uma chamada de ação, instigando os seguidores do perfil a escutarem o episódio. Além disso, o Mamilos traz o retweet de mais outras 10 pessoas que celebram a qualidade do episódio #248.

Tabela 8: Prints das postagens do Mamilos em relação ao episódio “#248 - Vida na linha de frente da Covid”

Episódio #248 - Vida na linha de frente da Covid	Data	Função do post
 <p>Post (1)</p>	24/04/2020	Divulgar o novo episódio para que os ouvintes tomem conhecimento e indicar que o conteúdo do episódio estará carregado de emoção. Ainda, agradecer aos ouvintes que contribuíram com suas histórias para o programa.
 <p>Post (2)</p>	28/04/2020	Divulgação da primeira coluna completa do episódio, atizando a curiosidade dos ouvintes sobre o episódio

 <p>Post (3)</p>	30/04/2020	O post reúne as principais referências que foram indicadas no “farol aceso”, com o intuito de que o ouvinte consiga salvar as referências, se necessário, para que não precise ouvir o episódio novamente.
 <p>Post (4)</p>	24/04/2020	Anuncia que o episódio em questão já está disponível para os ouvintes
 <p>Post (5)</p>	24/04/2020	O post também tem a função de divulgar o episódio em sua conta do twitter

Fonte: o autor

4.5 ANÁLISE DO TERCEIRO EPISÓDIO “#296 – COMO NASCEM OS NEGACIONISTAS?”. 09 de abril de 2021.

O episódio #296 inicia com uma publicidade do banco Bradesco, patrocinador do programa. Logo, Juliana apresenta o bordão do programa: “o podcast que está mais preocupado em construir pontes do que provar pontos”. Na sequência, Cris já traz para o episódio a situação preocupante em que a sociedade se encontra devido à pandemia. Rapidamente, diversos áudios de noticiários ocupam a introdução do episódio. Tais áudios têm a função de costurar o cenário brasileiro até o período em que o episódio foi ao ar, 21 de abril de 2021. Ao todo são 18 áudios (5 a 20 segundos) inseridos na introdução do programa que mesclam notícias sobre

falecimentos decorrentes da Covid 19 até notas produzidas pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) a respeito da ineficácia de medicamentos como a Ivermectina. No decorrer do episódio outros dois áudios também são colocados no programa com a mesma duração (5 a 10 segundos), abordando assuntos similares.

Após essa grande quantidade de áudios que marcam a introdução, surge a trilha sonora do programa, e Juliana começa falando que é o momento de combater o negacionismo diante do agravamento do Coronavírus. Para isso, ela explicita que o intuito do programa será entender como nasce o negacionismo, com o objetivo de construir formas de diálogos a partir desta compreensão. Uma nova trilha sobe, e Juliana chama Márcia Couto, primeira convidada do programa, e pede para que ela se apresente. A convidada situa-se como professora no Departamento de Medicina Preventiva da USP, apesar de deixar claro que não é médica, e sim, antropóloga. Cris então anuncia o segundo convidado para completar a mesa do programa, Renan Leonel, que apresenta-se como sociólogo e pesquisador de pós-doutorado no Instituto Federal Suíço de Tecnologia de Zurique, e conta que ele e Márcia já se conheciam. Cris anuncia então que farão um rápido comercial, e fazem uma propaganda sobre suas redes sociais, encorajando os ouvintes a deixarem comentários por lá, com feedbacks sobre os episódios.

No decorrer deste episódio, as apresentadoras jogam diversas perguntas para os convidados, com o objetivo de entender como os benefícios que a ciência conseguiu agregar para a sociedade ainda não são tão compreendidos por boa parte da população. Ambos os convidados trazem algumas teorias com base no seu entendimento sobre o assunto. A professora Couto explica que o fenômeno de infodemia (excesso de informações) é apenas um dos aspectos causadores da falta de compreensão sobre temas complexos, nesse caso referindo-se à pandemia. Leonel acredita que a desinformação é um fator crucial para atitudes negacionistas.

Outros fatores ao longo do podcast são apontados como a “escassez da atenção” (termo descrito por Couto), em que as pessoas não conseguem se concentrar em um assunto com profundidade. As bolhas sociais também são identificadas como um fator essencial que contribui para a negação. Outro termo cunhado por Couto é a “erosão da confiança”, que espalha-se para as instituições políticas, Estados, etc. A relação complicada entre a ciência e a política também é prejudicial, pelo ponto de vista de que apesar de a ciência identificar as consequências da pandemia, e as medidas que devem ser tomadas, na prática

grande parte dos governos não consegue estabelecer os métodos sugeridos pelos cientistas, como a adoção do *lockdown*, entre outras dessas práticas para conter a pandemia.

Depois de um extenso debate entre as apresentadoras e os convidados, Cris decide elencar as principais questões vistas na conversa. Assim, a apresentadora retoma que dentre os fatores para o surgimento do negacionismo encontram-se a perda da solidariedade na sociedade, a ausência de confiança na ciência e o movimento feito por líderes políticos de minimizar a pandemia. Cris conclui que esses fatores citados representam a essência do negacionismo.

Próximo ao fim do episódio, a apresentadora pede que os convidados cooperem com sugestões para reconstruir um pacto social que possibilite uma saída para o negacionismo. Leonel recomenda que devemos propor formatos de diálogos criativos, lembrando da importância da democracia e sua luta para atender aos interesses do povo. Costa aconselha que as pessoas precisam sair das suas respectivas bolhas sociais e abraçar a pluralidade de ideias. Ela encerra sua fala reforçando que a comunidade científica tem como desafio aprender a transmitir seus ensinamentos para o povo, em um formato mais acessível do que é feito no presente. Ela utiliza o termo “democratizar a ciência”.

As apresentadoras se despedem dos convidados, e prontamente inserem o áudio de outra fonte convidada, Jacqueline Costa, que apresenta-se como uma gerente de qualidade, segurança e saúde e meio ambiente. Nesse último áudio, Jaqueline contextualiza os comportamentos de risco que a maioria das pessoas vem adotando para quebrar a pandemia, e que não é necessariamente a população que assume o comportamento de furar a quarentena, são negacionistas ou insensatos. Cris e Juliana encerram o episódio, dando os créditos para a equipe do Mamilos.

4.5.1 Categoria 1: Fontes do terceiro episódio “#296 - Como nascem os negacionistas?”

Considerando o total de fontes citadas no episódio “#296 - Como nascem os negacionistas?”, o programa utiliza cerca de 21 fontes citadas que são inseridas entre a parte inicial até o meio do episódio. Já as fontes convidadas totalizam 4 especialistas. Compreendemos que o papel dessas fontes é trazer dinâmica e

análise ao programa. Assim, na introdução do episódio, ambas as apresentadoras falam de forma breve, chamando a atenção para a severidade em que o Brasil se encontra na pandemia. As fontes iniciais do programa, que em sua maioria são compostas por trechos recortados de áudios de diferentes veículos noticiosos, interpelam-se com as falas das apresentadoras, indicando que chegamos em um limite. Portanto, são 18 áudios marcando a introdução do episódio, que trazem um impacto, mesmo que com pouco tempo de duração (entre 5 segundos a 20 segundos), pois destacam uma enxurrada de informações sobre a pandemia, dando ênfase na parte trágica.

Sendo assim, os áudios dos veículos, que o programa opta por não identificar, trazem informações sobre o número de mortes da população brasileira por Covid 19 nos meses de março até abril (época em que o episódio foi ao ar); a importância do *lockdown*, adotada por diferentes países do mundo, e sua relação direta com a redução de mortes e casos incidentes da doença; a proibição de voos do Brasil para outros países; O mito de medicamentos como Cloroquina e Ivermectina para o tratamento de doentes; Os protestos organizados por donos de estabelecimentos clamando pelo fim do distanciamento social; e uma propaganda do governo do estado (não indicado o local), falando para os cidadãos sobre a importância do uso de máscaras e de cuidados higiênicos.

Todos esses áudios, apesar de abordarem múltiplos assuntos que permeiam a pandemia, tem como função no programa evidenciar que mesmo com diversos fatos, existe uma camada da população indiferente ao vírus, aos cuidados sociais, e contrários às regras de distanciamento para prevenir o agravamento do vírus. Podemos observar que os áudios se encaixam de forma harmoniosa com o discurso das apresentadoras, em momentos que Juliana aponta que em um cenário de tragédias cada vez maiores, ocorre uma enorme falta de consenso entre a sociedade. Ou quando Cris reitera a quantidade de lives de médicos e divulgadores científicos que circularam desde 2020 nos diferentes meios de comunicação, ao mesmo tempo em que as mortes no país atingiram números preocupantes, causadas por um negacionismo tanto de diferentes instituições oficiais, quanto de uma camada da sociedade. O último trecho de áudio, antes da chegada das fontes convidadas, é de uma voz masculina, também sem identificação, que faz uma súplica para que as pessoas adotem o isolamento social.

Com o término dos áudios, Juliana explica que a motivação do programa em questão é descobrir a origem do negacionismo, assim como indica o título do episódio, e tentar definir uma noção de diálogo a partir disso. Para isso, ela anuncia os convidados do programa, que como na tradição do Mamilos se apresentam, contextualizando sua área de formação e a presente atuação profissional. Márcia Couto, a primeira convidada, se apresenta rapidamente como professora e antropóloga. Ela conta que atua no Departamento de Medicina Preventiva da USP. Em seguida, Renan Leonel, o segundo convidado, se introduz como um sociólogo e pesquisador de pós-doutorado no Instituto Federal Suíço de Tecnologia de Zurique. Ele diz que já conhece a convidada Couto, pois exercia pós-doutorado no local onde Couto era docente. Além dos convidados citados, outros dois convidados aparecem no programa de forma reduzida, totalizando o total de quatro fontes convidadas. Falaremos desses convidados mais adiante.

O papel dos primeiros convidados, a professora Couto e o pesquisador Leonel, é de relacionar a prática do negacionismo com fatores sociais e culturais, escapando da visão simplista de que uma pessoa negacionista é apenas burra ou mal informada/intencionada. Já o papel de Juliana e Cris é de mediar a conversa, traçando o rumo da discussão de acordo com a estrutura do programa, que iremos analisar no próximo subcapítulo.

Outras fontes citadas, tanto pelos convidados como pelas apresentadoras preenchem o programa. Cris traz o estudo da “Welcome Global Monitor”, que mede o nível de confiança da população com a ciência. Nessa linha, Cris explica que a confiança dos cidadãos em relação à ciência está diminuindo no mundo inteiro, mas em países subdesenvolvidos a diminuição é mais avançada. Os convidados participam propondo reflexões relevantes. Couto traz para o debate o privilégio que cidadãos da elite e comunidade científica têm sobre o saber. Esse privilégio possibilita acesso e tempo. Porém, não acesso às redes sociais, e sim a informações, onde esses cidadãos podem ter tempo para pensar e refletir a respeito, segundo ela. Citando novamente a questão do privilégio, ela indaga que essas pessoas geralmente acessam as informações da sua bolha social, e raramente tem tempo ou acessibilidade para analisar as informações que recebem de maneira crítica.

Juliana contribui com mais um ponto levantado pela pesquisa. Quanto maior a crença religiosa de um país, maior é a desconfiança desta população com a ciência.

Couto aproveita para citar uma pesquisa que fez há alguns anos para seu doutorado, explicando brevemente que o tema da pesquisa buscava investigar como famílias evangélicas lidavam com assuntos ligados a aborto, métodos anticoncepcionais, reprodução, etc; Ela afirma que nos anos 90 no Brasil houve um crescimento das igrejas evangélicas. A professora atenta que não é correto generalizar as religiões cristãs e evangélicas, mas concorda que a concepção dessas igrejas aconteceu de forma relacionada à economia, poder social e econômico. Por isso, ela analisa que é muito mais fácil que religiosos acreditem na palavra do pastor da sua igreja (mesmo que ele não traga critérios científicos verdadeiros no seu discurso) do que na palavra de um cientista que eles nem conhecem. Ela cita o exemplo do Átila, um pesquisador muito famoso no país que trata do coronavírus, mas como essas pessoas não o conhecem, preferem acreditar na palavra do seu padre ou pastor, que sempre às amparou.

Leonel comenta que a formação do seu doutorado foi na área de sociologia da ciência. O sociólogo explica que essa área busca compreender o esforço da comunidade científica em trazer sentido à ciência, seja de forma institucional, cultural ou moral. Para ele, não há dúvidas que a classe média tem uma relação de produzir conhecimento científico, mas que esse mesmo conhecimento, se não costurado direito, afasta o cientista da sociedade, pois conhecimento científico também é um processo cultural, aos olhos do sociólogo. Leonel finaliza, argumentando que no momento atual, as respostas dadas pela ciência não são rápidas e eficazes como a população gostaria, mas ao mesmo tempo ele aponta que na última pesquisa 89% dos brasileiros gostaria de ser vacinado.

Entre outras fontes citadas no decorrer da conversa, Couto fala sobre o caso de um amigo, Tiago Cavalcanti, economista baseado em Cambridge que em 2020 publicou um artigo que pesquisa a ideologia política e sua relação com as medidas de distanciamento social (ela não cita o nome do artigo). A professora segue, explicando que Cavalcanti selecionou no artigo os Estados dos EUA em que Donald Trump teve mais votos em sua eleição, e os estados brasileiros que têm uma fatia maior de apoiadores de Bolsonaro. Ele pôde constatar, a partir da correlação entre esses estados, que os apoiadores de Trump e Bolsonaro (ambos presidentes que menosprezam a pandemia) tiveram um menor desempenho em se proteger contra o vírus. Entre um pausa de intervalo, as apresentadoras retomam o programa chamando a terceira fonte convidada, Etienne Lautenschlageré, para contextualizar

o tamanho da urgência em que nos encontramos. Lautenschlageré é professora, doutora, matemática e neurocientista baseada na UFRN. Ela começa explicando que a noção de quantidade é apenas uma ideia, e que não conseguimos realmente compreendê-la. Para isso, ela fala que precisamos entender essa ideia através de experiências sensoriais tangíveis. Assim, se torna um desafio compreender esses grandes números, visto que não temos outros elementos para fazer uma comparação. Etienne fala que algumas pesquisas (não especifica quais) sugerem que a falta de entendimento em números grandes impacta diretamente na relação com a pandemia. Ela faz uma relação entre a morte de uma criança síria na praia, que gerou uma enorme comoção, e por outro lado o número de mortes por Covid que não impacta, justamente por que não somos capazes de imaginar um número tão grande. O áudio da neurocientista encerra e Juliana fala sobre os comportamentos de riscos que tomamos para burlar a quarentena em algumas ocasiões, ilustrando o caso de jovens que quebram a quarentena para se relacionarem. Leonel pega o gancho da terceira fonte convidada para opinar que o “jeitinho brasileiro” é algo muito anterior à pandemia, de fato. Ele traz breves exemplos que podem ser identificados no dia a dia sobre o “jeitinho”, como nepotismo, não cumprimento de horários e outros delitos que a sociedade costuma cometer, problematizando assim que o “jeitinho” é uma prática super prejudicial ao se tratar do vírus. Portanto, o sociólogo diz que a pandemia nos força a repensar sobre o “jeitinho”, pois abrimos tantas exceções que isso acabou se tornando uma regra. Cris retoma o que foi conversado até o momento, destacando que a nossa sociedade culturalmente tem dificuldades em estabelecer solidariedade, tendendo a se tornar mais individualista. Somada a isso, a falta de crença na ciência e o gesto de muitos líderes políticos de minimizar a pandemia é o que gera o negacionismo. Assim, Cris já puxa o programa para o fim, pedindo que os convidados ofereçam soluções para reconstruir todas as problemáticas que formam o pacto social em que nos encontramos.

A professora sugere que uma das mudanças necessárias é que as pessoas devem sair de suas bolhas e abraçar um pacto social com mais pluralidade. Sua segunda sugestão é voltada para a comunidade científica. Ela acredita que produzir ciência, tecnologia, teorias e conceitos não é o bastante. É também necessário que os cientistas consigam divulgar seus estudos para o povo de maneira mais eficiente, didática e popular do que está sendo feito.

Ela utiliza a expressão “democratizar a ciência”. Leonel fala que temos de construir um meio termo, pois isso é algo muito complexo, e devemos usar um modelo de diálogo criativo. Ele fala que a democracia é construída pela população, e por isso precisamos aprimorar a democracia, com constituições mais próximas e unidas aos interesses das pessoas.

Juliana faz um agradecimento aos convidados e eles se despedem. Assim, ficam na mesa as duas apresentadoras que prontamente inserem o áudio de uma última fonte convidada, Jaqueline Costa. A convidada se apresenta como uma gerente de qualidade, segurança, saúde e meio ambiente. Ela também diz que trabalha em uma multinacional de petróleo (não identificando a empresa), e fala que irá conversar um pouco sobre “comportamentos de risco”.

Posto isto, ela inicia tentando explicar o motivo de as pessoas irem a bares, festas, eventos e o uso inadequado da máscara mesmo em um cenário como esse. Ela conta que o ser humano tem o raciocínio de tomar atitudes com base em aspectos, como : imediato, certo e positivo. Ela explica que a mente humana tem o impulso de avaliar resultados positivos imediatos. Costa avalia que mesmo que as pessoas tomem medidas imprudentes, não significa que elas desacreditam das consequências da pandemia, mas simplesmente elas avaliam o resultado mais imediato, como exemplo o de se reunir com amigos em uma festa. Segundo Costa, o resultado imediato que as pessoas associam é algo positivo. Dessa forma, se contaminar em uma festa é uma probabilidade, e não positiva. Portanto, ela fala que precisamos ter disciplina para enfrentar esses impulsos de furar a quarentena. Ela segue, dizendo que é dever de um expert em um assunto ou tema guiar essa cultura indicando qual é o jeito de se fazer as coisas, ditando as regras. Porém, ela indica que a figura do líder é ainda mais crucial que a de um expert, pois o líder representa a coesão, sobretudo em um momento de crise. Então, a palavra do líder é muito impactante nesses momentos. O impulso natural das pessoas é seguir o líder, associando a liderança de Bolsonaro sobre o método de uso da cloroquina. Desse modo, as pessoas tendem a seguir o exemplo cultural de não se prevenir quando não existe uma cultura de segurança instaurada, como é o caso do Brasil. Assim que o áudio encerra, Juliana pergunta à Cris como ela se sente frente a todas essas reflexões. Cris responde que irá fazer um resumo rápido sobre tudo o que foi visto, com o intuito de entender ainda mais sobre a atitude dos negacionistas. Assim, Cris repete novamente sobre o que foi debatido, colocando em pontos. Excesso de

informação que acaba desnortando o indivíduo, a erosão de confiança nas lideranças, sem causar impacto nas suas falas, a falta de educação escolarizada, deixando a ciência longe da vida das pessoas, e a falta de diálogo da ciência com a sociedade, ciência *versus* religião (ciência sai perdendo), individualismo, falta de fé na ciência. Cris conclui que a soma dos pontos leva às pessoas ao cenário de negacionismo, dizendo que está fácil ser um negacionista nos dias de hoje. Juliana complementa com a questão de que a ciência hegemônica acaba canalizando frustrações para o indivíduo, pois o que a ciência impõe como correto não está sempre ao alcance da pessoa. Ju também afirma que a ciência acaba por não considerar o desejo das pessoas, visto que os fatos da realidade se impõem, e isso acaba gerando uma maior resistência das pessoas. A ciência deve superar essa barreira a partir de um consenso. Cris insiste que temos que adequar o que falamos, abordando o tema de outras formas, entrando no universo das pessoas para a conversa. Ju fala que não há saída individual para o tamanho da crise. Cris fala que nem sempre as pessoas são burras ou mal intencionadas, e que às vezes elas precisam de um acolhimento para entender melhor o que estamos passando. Elas encerram o programa, dando o crédito para a equipe.

Por fim, entendemos que o episódio consegue se aprofundar no que se propõe a responder desde o início? A questão “Como nascem os negacionistas” é vista no episódio a partir de uma construção de narrativas, que partem tanto das apresentadoras quanto dos 4 convidados participantes. Os diversos exemplos trazidos por Juliana e Cris criam uma relação com os ouvintes, pois muitos exemplos partem de fatos cotidianos, abordando as redes sociais, relações familiares, etc. Os convidados também se adequam a este formato, citando exemplos pessoais que estão ligados à pesquisas desenvolvidas por eles próprios ou por terceiros. Apesar da riqueza de exemplos que contribuem com o ponto que é construído pelas fontes, a falta de citações adequadas acaba por impactar na qualidade de tais informações. Não podemos encontrar os estudos, pesquisas e até mesmo as notícias que fazem parte de praticamente todo o episódio.

As duas fontes finais trazem uma dimensão importante para o programa. Enquanto a neurocientista Lautenschlageré se dedica a trazer uma explicação com fatos e exemplos verdadeiros para ilustrar seu pensamento, Couto e Leonel conseguem discutir esses pontos, valorizando as ideias de Lautenschlageré e complementando com suas próprias perspectivas. A última fonte, Jaqueline Costa,

também agrega ao episódio, remetendo ao sentimento dos ouvintes, através de exemplos que envolvem o campo político e os comportamentos de risco, que grande parte das pessoas pode identificar. A apresentadora Cris oferece uma participação atenta ao programa, retomando o que foi debatido ao longo do programa duas vezes, para que o ouvinte não se perca em assuntos tão complexos.

Tabela 9: Fontes convidadas do terceiro episódio “#296 - Como nascem os negacionistas?”- 4 fontes

Márcia Couto	Professora e antropóloga. Atua no Departamento de Medicina Preventiva da USP.
Renan Leonel	Sociólogo e pesquisador de pós-doutorado no Instituto Federal Suíço de Tecnologia de Zurique.
Etienne Lautenschlager	Professora, doutora, matemática e neurocientista, baseada na UFRN.
Jaqueline Costa	Gerente de qualidade, segurança, saúde e meio ambiente.

Tabela 10: Fontes citadas do terceiro episódio “#296 - Como nascem os negacionistas?” - 21 fontes

Noticiário não identificado	A notícia explica que, em pouco mais de um ano, desde o surgimento da pandemia, morreram mais pessoas do que em 40 anos do vírus da Aids. O áudio cita dados do Ministério da Saúde, indicando que nos anos de 1980 até 2019, 281.156 brasileiros faleceram em decorrência da Aids. Assim, esse número seria menor do que a morte por Covid, segundo a notícia.
Noticiário não identificado	A notícia contextualiza que pesquisadores que estudam a população brasileira acreditam que em Abril de 2021 o número de mortes por Covid será maior do que o de nascimentos de brasileiros em um mês, um fato inédito provocado pela pandemia, informa a notícia.
Noticiário não identificado	A notícia destaca o total de mortes em 24 horas pela Covid 19. São 4.249 mortes e 86.652 novos casos da doença.

Noticiário não identificado	Mais um áudio de noticiário, falando sobre as mortes no mês de março: 496 pessoas, e complementa que isso equivale a uma média de 16 óbitos por dia.
Noticiário não identificado	Outro áudio aponta que Portugal começou a proibir voos do Brasil ao país, de 29 de janeiro até 14 de fevereiro
Estudo não identificado	Um áudio de jornal, que aborda um estudo realizado pelas universidades de Oxford, Cambridge e Harvard que avaliaram o cancelamento das aulas escolares, dos encontros, do fechamento de estabelecimentos e o interrompimento dos transportes públicos de 149 países. A maioria dos países estudados pela pesquisa adotaram ao menos 3 recomendações de distanciamento entre o período de janeiro e maio. Com isso, o estudo conclui que em média 13% dos casos da doença tiveram redução nesses países. O estudo também comprovou que, considerando a população mundial, essa porcentagem é muita alta, e conseguiu poupar milhões de pessoas de se infectar com o vírus. Assim, o áudio se encerra afirmando que estes países conseguiram lidar melhor com a pandemia.
Noticiário não identificado	Áudio apresenta a situação de Araraquara, no Brasil, que adotou o sistema de lockdown por 45 dias, tendo um resultado positivo, sem registro de mortes por dois dias, indo na contramão do resto do Brasil.
Noticiário não identificado	A notícia revela a nota de esclarecimento criada pela Anvisa. A nota diz que o tratamento com base em Ivermectina era ineficaz contra a Covid 19.
Noticiário não identificado	O áudio reforça o assunto sobre a ilusão do tratamento precoce, e as consequências de utilizar medicamentos como Cloroquina e Ivermectina. Mais um áudio falando sobre isso.

Noticiário não identificado	Mais um áudio falando sobre a ineficácia de remédios sem comprovação científica no tratamento da Covid 19 .
Noticiário não identificado	A notícia esclarece que no dia em que o Brasil bateu recorde de casos, o presidente minimiza a situação. Assim, ouvimos alguns trechos de falas do Bolsonaro, fazendo deboche da pandemia, chamando de “gripezinha”, falando do histórico do atleta.
Noticiário não identificado	Outro áudio não identificado, destacando pessoas de classe média-alta aglomeradas em festas e bares de Florianópolis, cidade onde não há leitos de UTI.
Noticiário não identificado	Nesse áudio, um repórter pergunta a uma mulher se ela tem medo de pegar a doença. Ela afirma que sim, mas o medo não a impede de sair para a rua.
Noticiário não identificado	Vemos no áudio que acontece uma manifestação de pessoas pedindo pelo fim do distanciamento social, em Brasília. O áudio atenta que o grupo de manifestantes era formado em grande parte por donos de estabelecimentos, empresários, donos de bares e academias.
Noticiário não identificado	Este áudio expõe o caso de um homem que se recusava a usar máscara em determinado local.
Noticiário não identificado	Em outro áudio, um jornalista explica que o Conselho Federal de Medicina estabeleceu critérios de prescrição de cloroquina para pacientes da Covid.
Propaganda do Governo do Estado não identificada	Uma das propagandas produzidas pelo governo do Estado, alertando a população para o uso da máscara.
Áudio não	Mais um áudio, em que um homem não identificado suplica

identificado	pela necessidade de se fazer o isolamento social.
Estudo da “Welcome Global Monitor”	Estudo citado durante o episódio que mede o nível de confiança da população na ciência.
Pesquisa não identificada	O convidado traz para a conversa uma última pesquisa (não identificando qual), mostrando que 89% dos brasileiros gostariam de ser vacinados.
Artigo publicado sem identificação	A convidada cita a pesquisa realizada pelo economista Tiago Cavalcanti, de Cambridge. Embora ela não esclareça o nome do artigo, a convidada aponta que ele foi publicado em 2020, e trata-se da ideologia política e sua relação com as medidas de distanciamento social.

Fonte: o autor

4.5.2 Categoria 2: Estrutura do terceiro episódio “#296 - Como nascem os negacionistas?”

Ao observarmos a parte de estrutura do último episódio analisado, o “#296 - Como nascem os negacionistas?”, destacamos que a abertura é marcada por uma rápida chamada do Banco Bradesco, seguido pelo bordão do episódio, e rapidamente uma introdução sobre a crise vivenciada na sociedade brasileira por conta da Covid 19. A abertura do programa é reforçada por uma série de trechos de noticiários sem identificação que transportam o ouvinte ao cenário catastrófico em que o país se encontra, de acordo com o período do episódio, em 09/04/2021. Assim, a abertura se une à primeira parte do episódio, isto é, a introdução, que se estende até 9 minutos do programa. Ressaltamos que esta parte introdutória instaura uma certa ambientação ao ouvinte, na medida em que os áudios inseridos no episódio intercalam-se com pontuações das apresentadores, que funcionam como um guia, ditando o motivo do tema. Assim, o objetivo inicial do programa é, justamente, estimular a audiência a descobrir o paralelo existente entre a gravidade da doença e a gravidade do negacionismo que circula em relação à Covid 19.

Quando essa parte inicial encerra, as apresentadoras pedem para que os convidados que irão integrar a mesa do programa se apresentem (2 minutos). Depois de sua apresentação, Cris Bartis fala que o programa fará um rápido intervalo comercial, antes de retomar (1 minuto). O intervalo funciona como respiro para os ouvintes, levando em conta a densidade do tema e a sequência dos áudios anteriores que trazem um teor carregado ao episódio. No começo da segunda parte do episódio, Juliana busca entender, com a ajuda dos participantes, o motivo do negacionismo, visto que diversas realizações importantes foram conquistadas graças à ciência, e ainda assim o negacionismo se expande pelas diferentes classes sociais.

A partir daí a convidada, a professora Márcia Couto, responde prontamente que a “infodemia” (excesso de informação) confunde as pessoas, pois em suas palavras recebemos um volume infinito de informações sobre um mesmo assunto no mesmo período de tempo, circulando nos mais diversos canais, atrapalhando na compreensão do indivíduo sobre os assuntos. O segundo convidado, o sociólogo Renan Leonel, responde de imediato que concorda com a professora, e contribui que além da infodemia, o excesso de desinformação anda junto com o negacionismo.

Tanto Juliana como Cris participam ativamente da conversa, inserindo exemplos pessoais ou que trazem identificações com o público. Esses exemplos são puxados durante todo o programa. Assim, logo após a fala de Leonel, Cris exemplifica o cenário de um cidadão que está imerso em tantas informações que simplesmente decide se isentar de tudo. Ela segue com a segunda pergunta, que é apenas uma continuação do que Juliana havia questionado. Cris insiste em saber se existem outros fatores mais profundos que levariam uma pessoa a negar uma informação.

Dessa forma, a conversa segue e se desenvolve com a percepção dos convidados sobre o tema, exemplos verídicos trazidos por Juliana e Cris com o objetivo de aproximar a conversa do seu público de ouvintes. Assim, o aprofundamento inicial sobre o tema ocupa 15 minutos do programa. Ao adentrar em outras questões que relacionam a religião ao fator negacionismo e a desconfiança na ciência, a mesa debate os pretextos que culminam na descrença em relação ao argumento científico (7 minutos).

O rumo da conversa alcança a questão das classes sociais altas, ou elites brasileiras, em que a mesa discute as razões que levam pessoas pertencentes a esta classe à repudiarem a ciência, sendo que tais pessoas possuem um alto nível de escolarização e conhecimento (6 minutos). Após o encerramento dessa discussão, Juliana chama para um rápido intervalo, e na retomada busca trazer o próximo tópico da discussão. A apresentadora argumenta sobre as dificuldades em encontrar consenso nesse período, e introduz um áudio da terceira convidada, Etienne Lautenschlager, para contribuir com essa pauta (3 minutos). Em um próximo tópico abordado, a mesa discute os malefícios da conhecida expressão “jeitinho brasileiro” na conduta da pandemia (4 minutos).

Cris indica que o programa está terminando ao retomar um levantamento de tópicos do que foi discutido, e pede para que os convidados contribuam com possíveis respostas para combater o negacionismo (1 minuto).

Após a colaboração final dos participantes (4 minutos), Juliana agradece os convidados, que se despedem, mas o programa ainda segue, inserindo o áudio da última fonte convidada, Jaqueline Costa, que aborda fundamentos por trás dos comportamentos de risco (10 minutos). Ao término do áudio, Juliana e Cris fazem um novo apanhado dos tópicos que foram discutidos durante o episódio até o fim do programa (14 minutos).

Tabela 11: Estrutura do terceiro episódio “#296 - Como nascem os negacionistas?” - dividida em duas partes: Primeira parte do programa e Segunda parte do programa.

Primeira parte do programa	Tempo
Abertura +introdução	Cerca de 9 minutos
Apresentação dos convidados	Cerca de 2 minutos
Intervalo comercial	Cerca de 1 minuto

Segunda parte do programa	Tempo
Início e aprofundamento do tema	Cerca de 15 minutos
Descrença na ciência	Cerca de 7 minutos

Contexto do negacionismo entre as classes sociais ricas	Cerca de 6 minutos
Aúdio de Etienne Lautenschlager	Cerca de 3 minutos
Discussão sobre os males do “jeitinho brasileiro” na pandemia	Cerca de 4 minutos
Resumo do que foi discutido no episódio	Cerca de 1 minuto
Contribuição final dos convidados	Cerca de 4 minutos
Áudio de Jaqueline Costa	Cerca de 10 minutos
Reflexões sobre o debate e conclusão e encerramento do episódio	Cerca de 14 minutos

Fonte: o autor

Observamos que o episódio #296 cumpre com o objetivo que foi proposto, o de entender a raiz do negacionismo, desmistificando conceitos e aspectos simplórios sobre o assunto. O efeito do negacionismo é discutido já na primeira parte do programa, onde a sequência de áudios, seguidos de comentários das apresentadoras abordam, mesmo que brevemente, o conteúdo do episódio. Já a segunda parte do programa discute os fatores que provocam a negação da ciência, as preocupações dessa prática na sociedade e no combate ao vírus, a facilidade com que discursos negacionistas são aceitos por ambas as classes sociais, e um olhar extremamente aprofundado sobre o tema, com diversos exemplos reais, reforçados tanto pelas apresentadoras quanto pelos convidados. Além de tudo isso, o episódio destina um tempo para reflexões sobre os temas discutidos, e planejamentos de combate ao vírus.

4.5.3 Categoria 3: Assunto saúde do terceiro episódio “#296 - Como nascem os negacionistas?”.

No que diz respeito ao assunto saúde no episódio “#296 - Como nascem os negacionistas?”, reiteramos que as apresentadoras buscam contemplar esse

assunto do início ao fim do programa. A introdução do episódio expõe 16 áudios de diferentes portais de jornalismo que apresentam fatos sobre a pandemia, de modo geral. Assim, a introdução do programa levanta diversas situações que evidenciam a atual situação da pandemia. A fala da apresentadora Juliana, após o fim dos áudios, é sobre entender os motivos de muitos cidadãos que desrespeitam as normas sanitárias de segurança, como o distanciamento social e o uso de máscaras.

Percebemos na presença das fontes convidadas principais a busca por trazer explicações embasadas em fatos, ao mesmo tempo em que diversas críticas são tecidas em relação à maneira pela qual é feita a comunicação da comunidade científica à sociedade. Em suas falas, os especialistas demonstram a ineficiência dos cientistas ao tratar do Coronavírus, sem levar em conta a situação e os desejos da população. Nessa perspectiva, uma grande parte da população se sente mais inclinada a acreditar em “fontes” mais próximas do seu cotidiano, como padres, pastores e familiares.

Outros convidados que integram o episódio com curta participação mostram que as lideranças políticas, ao manifestar desprezo e negação com a pandemia, afetam a percepção dos cidadãos, devido à importância do cargo e posição que ocupam perante a sociedade.

Nesse sentido, os pensamentos propostos pelos convidados e pelas apresentadoras na discussão analisam e opinam sobre o assunto saúde em grande parte do episódio. Isso porque Juliana e Cris trazem muitos casos com base em exemplos pessoais, e pedem para que os convidados apontem soluções para o problema do negacionismo. Assim, os convidados respondem expressando suas opiniões sobre as razões do negacionismo, de acordo com suas percepções.

Por fim, os questionamentos levantados ao longo do programa fornecem diferentes cenários que são interpretados pelos convidados especialistas, que por sua vez contribuem com seu conhecimento sobre o tema, analisando exemplos de comportamentos adotados pela população. Esses exemplos são trazidos a partir da vivência das apresentadoras e dos próprios convidados. Dessa forma, o programa valoriza situações que fazem parte do contexto cotidiano, para então propor soluções que confrontem o negacionismo. Percebemos que o intuito do episódio ao discutir as causas do negacionismo é importante, tendo em vista que o negacionismo se opõe de forma constante à atuação do jornalismo de saúde e

científico, além de intervir na compreensão da população sobre a pandemia e de afetar políticas de prevenção ao Coronavírus.

4.5.4 Categoria 4: A divulgação nas Redes Sociais do Mamilos

Ao final do último episódio “#296 - Como nascem os negacionistas?” selecionado para essa análise, verificamos como se deu a conduta do podcast em suas redes sociais. Assim como nos outros casos, começamos nossa análise pelo Instagram do Mamilos. No entanto, ao contrário dos outros episódios vistos recentemente, o podcast cria apenas uma postagem em sua página do Instagram para divulgar o episódio #296. Assim, percebemos que o Mamilos não manteve neste episódio o padrão de produzir 3 posts para referenciar esse último episódio. Enfim, o post (1), publicado no dia 9 de abril de 2021, mesmo dia em que o episódio foi ao ar, descreve em dois parágrafos o conteúdo contido no episódio, junto à uma animação da capa do episódio. No primeiro parágrafo da legenda do post, atentamos para um questionamento que provoca um chamado para reflexão: como em um período de pandemia mundial, os fatos e os cientistas podem ser tão descredibilizados. O fim do parágrafo faz uma promessa, indicando que é o momento para entender as origens do pensamento negacionista. Já o segundo parágrafo abre espaço para apresentar as fontes de forma rápida, dizendo seus nomes e cargos/profissões. No fim, o post (1) convida os seguidores do Mamilos a escutar o episódio através do site do Mamilos.

O post (1) possui 5.631 visualizações e 54 comentários. A maioria dos comentários vangloria o episódio, com exceção de apenas um, onde uma seguidora que julga o patrocinador do podcast, o Banco Bradesco, afirma que não irá mais apoiar financeiramente o Mamilos. De novo, vemos mais um caso parecido de um seguidor ou possível ouvinte do podcast que avalia o podcast de maneira negativa, atacando a empresa Mamilos por suas estratégias e parcerias comerciais, mas não o conteúdo em si, do episódio em questão. O perfil do Mamilos não responde a seguidora.



Já no Facebook, nenhuma publicação foi feita para divulgar o episódio “#296 - Como nascem os negacionistas?”. Entretanto, o podcast buscou realizar uma divulgação em sua conta do Twitter no dia em que o episódio foi ao ar (9 de abril). O tweet, post (2) divulga o episódio a partir de um tweet já existente da conta B9, com

o link e capa de arte do programa. Caso o ouvinte clique, ele poderá ver o tweet da B9 sobre o episódio, e então clicar no link no episódio divulgado. O post (2) contém 331 curtidas, 11 comentários e 50 retweets. Os comentários mantêm o padrão, em que os seguidores redigem elogios ao episódio. Apenas um seguidor masculino insulta o Mamilos em decorrência de suas parcerias. O Banco Bradesco é novamente citado, e dessa vez a mídia Globo também é citada. Isso pois o episódio foi lançado em 2021, mesmo ano em que o Mamilos anunciou seu esquema comercial com a emissora, como vimos anteriormente nesse estudo. O seguidor citado comenta sobre a abordagem do Mamilos ao falar da ciência hegemônica apenas com um ponto de interrogação seguido de um palavrão. Como nos outros casos de avaliações negativas que vimos sobre os episódios, a maioria dos seguidores ou supostos ouvintes não elabora críticas aprofundadas sobre o conteúdo dos episódios, e sim apenas um xingamento rápido sobre a empresa, o que não nos diz muito.

Nessa perspectiva, salientamos que após uma análise de todos os conteúdos produzidos em função da divulgação dos episódios aqui vistos, notamos um padrão de semelhança nos processos de criação de posts do Mamilos. Enquanto o Instagram do podcast recebe grande parte do carinho do público, interação e engajamento, é possível pensar que o Mamilos centralize com mais empenho seus conteúdos de divulgação na rede em questão. Não por acaso, os primeiros episódios analisados, “#238 – Coronavírus” e “#248 - Vida na linha de frente da Covid” totalizam 3 posts para chamar a atenção dos seguidores em relação aos episódios, com exceção do “#296 - Como nascem os negacionistas?”, que possui apenas um post, mas ainda assim com uma base forte de curtidas e comentários em sua maioria positivos. Já o Facebook do Mamilos demonstra os menores resultados, se avaliarmos o número de comentários, volume dos conteúdos, número de curtidas e compartilhamentos em relação às outras redes. O Twitter da conta, apesar de uma interação razoavelmente positiva, é o local em que mais ataques são proferidos ao podcast, em relação ao Facebook e Instagram. Os ataques em sua maioria não se direcionam ao episódio, e sim ao Mamilos enquanto empresa, e aos patrocinadores aliados. No entanto, os comentários não se desenvolvem para lados diferentes, tendo com intenção criticar o podcast por uma escolha comercial, que não tem relação direta com a qualidade do programa e narrativa dos episódios.

Por fim, o papel do Mamilos em suas redes sociais é de divulgar os episódios, sem campanhas excessivamente produzidas para a divulgação. Também não há um alto volume de publicações em suas redes. Sendo assim, o Mamilos utiliza uma estratégia sutil, respondendo os seguidores em certas ocasiões e optando por não interagir com pessoas que proliferam insultos gratuitos ao podcast. Na tabela a seguir verificamos a função desempenhada nas postagens do episódio “#296 - Como nascem os negacionistas?” em suas principais redes.

Tabela 12: Prints das postagens do Mamilos em relação ao terceiro episódio “#296 - Como nascem os negacionistas?”

Episódio “#296 – Como nascem os negacionistas?”	Data	Função do post
 <p>Post (1)</p>	<p>09/04/2021</p>	<p>Divulgar o episódio e provocar os seguidores, lançando um questionamento na parte da legenda, que busca traçar uma reflexão entre a importância da ciência para a sociedade ao mesmo tempo em que é cada vez mais notável o desprezo pela ciência por esta mesma sociedade.</p>
 <p>Post (2)</p>	<p>09/04/2021</p>	<p>Promover o episódio no Twitter, para que os seguidores do Mamilos possam acessá-lo ao clicar em seu link.</p>

Fonte: o autor

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa buscou entender a atuação do podcast Mamilos frente à pandemia da Covid 19. Nosso objetivo ao trilhar uma análise sobre 3 dos episódios do podcast relacionados ao tema, começando pelo “#238 – Coronavírus”, seguido pelo “#248 - Vida na linha de frente da Covid” e terminando pelo “#296 - Como nascem os negacionistas?”, foi o de compreender os processos por trás de cada um dos programas e seus elementos. Assim, através da metodologia do estudo de caso de Yin (2001), analisamos os episódios a partir de 4 categorias pré-definidas: as fontes convidadas para compor as discussões de cada episódio e cada fonte citada durante os programas, tendo como intuito analisar o impacto delas no resultado final do programa; a estrutura dos episódios, em que investigamos como cada assunto foi abordado em relação ao tema, por quanto tempo foi debatido e qual o propósito do programa ao trazer tal assunto; como o assunto de saúde esteve presente no decorrer dos episódios, para analisar se os podcast conduziu conteúdos que envolvem as práticas do jornalismo de saúde e científico. A última categoria foca no conteúdo desempenhado pelo Mamilos ao divulgar os episódios em suas redes sociais.

Como vimos ao longo deste trabalho, tanto mídias tradicionais como independentes têm interesse em ocupar novos espaços, buscando novas formas de produzir jornalismo. Por isso a podosfera, enquanto um formato recente de se produzir e distribuir jornalismo, vem apresentando um constante movimento de ascensão, onde cada vez mais empresas de mídia procuram expandir seus conteúdos para os consumidores deste formato. O Mamilos Podcast, enquanto uma das maiores mídias independentes de jornalismo no segmento, com uma ampla audiência e diversos parceiros comerciais, possui uma forte responsabilidade ao debater as complexidades que cercam o contexto da pandemia, pois ao comunicar seu público sobre esse tema, é necessário que respeitem os princípios fundamentais do jornalismo da área de saúde. Dessa forma, o problema que norteou essa pesquisa foi o de buscar entender como o Mamilos, um podcast independente com uma alta reputação, abordou o contexto da pandemia?

Para tanto, a fim de analisarmos os diferentes conceitos visitados por este trabalho, optamos por uma divisão em 4 capítulos que abarcassem esses diversos contextos. Através do capítulo 2, “Podcasts na atualidade”, percebemos os múltiplos

acontecimentos que a mídia de podcast atravessou antes mesmo de se consolidar, apesar das adversidades, como a escassez de produções e dificuldades estruturais. Diante de variadas transformações, identificamos que as produções brasileiras na área tiveram grande influência a partir do modelo de programas norte-americanos, e ainda nos dias de hoje o Brasil caminha rumo a uma evolução cada vez maior no mercado da podosfera. Também exploramos no capítulo as audiências formadas nesse ambiente, observando a existência de raciocínio colaborativo, em que o relacionamento construído entre o produtor e ouvinte é de apoio e participação mútua. A audiência de programas desse gênero é muitas vezes a base para que um programa possa evoluir e se desenvolver, tanto em termos de estrutura, quanto em termos financeiros. Notamos uma presença crescente de podcasts jornalísticos ocupando os espaços da podosfera e que, aparentemente, outras iniciativas de jornalismo se tornaram mais populares neste meio. Por fim, concluímos no capítulo que o Mamilos alcançou o posto de um dos podcasts mais relevantes que se propõe a fazer jornalismo apostando na filosofia da empatia e da "construção de pontes", priorizando o respeito com sua audiência e abraçando a pluralidade de ideias, apostando no discurso de diversidade do diálogo para promover seus conteúdos.

No capítulo 3, abordamos a pandemia do Coronavírus, desde seu surgimento na China até que se espalhasse pelo Brasil. Concluímos que a imprensa nacional manteve uma postura assertiva ao alertar a gravidade da pandemia desde o início. Porém, vimos que em outras pandemias e epidemias passadas, os grandes veículos de mídia falharam inúmeras vezes no alerta sobre prevenção de doenças para que a população pudesse se informar corretamente. Evidenciamos também a importância do jornalismo de saúde e científico como preceitos essenciais para o controle de prevenção de doenças na sociedade, e que as coberturas jornalísticas apresentaram grandes avanços se comparadas há anos atrás. Esse fator foi extremamente determinante no combate ao Coronavírus, onde conhecidos veículos da imprensa tradicional trabalharam em conjunto para prevenir a população, indo na direção contrária do Governo Federal, que prejudicou de forma grave o entendimento da população brasileira sobre o vírus, ao desprezar a pandemia e assumir uma postura negacionista.

No quarto e último capítulo nos debruçamos para entender a forma com a qual o Mamilos emitia sua comunicação, tendo como base os 3 episódios

selecionados para o estudo. Ao analisar o primeiro episódio, “#238 – Coronavírus”, destacamos que na primeira categoria de análise – fontes -, há uma seleção dos convidados, que por sua vez engrandecem o episódio com um olhar preciso dos fatos, fazendo uma grande diferença no resultado final do programa. Os dois convidados especialistas expõem com muito dinamismo e clareza as principais informações sobre o Coronavírus, em uma época que se tinha poucas explicações sobre a doença. Os convidados exploram projeções e previsões das principais consequências que ocorreriam se o vírus se instalasse no Brasil, grande parte se confirmando depois. A estrutura do programa possui uma nítida divisão de blocos proposta pelas apresentadoras, garantindo um entendimento mais profundo sobre o Coronavírus em um primeiro momento, e sobre as possibilidades do vírus surgir no Brasil, e quais medidas deveriam estar sendo postas em prática pelas autoridades do país. Já a categoria do assunto saúde se faz presente nos dois blocos do programa, onde os convidados ampliam todas as informações sobre o vírus, explorando uma linguagem compreensível aos ouvintes. Em suas redes sociais o Mamilos procura divulgar o episódio, convidando os ouvintes ao aproximar-se o Coronavírus, e sua possível chance de chegar ao Brasil.

Já no segundo episódio, “#248 - Vida na linha de frente da Covid”, as fontes - que são os próprios profissionais de saúde - ocupam o episódio inteiro, contribuindo com relatos carregados de emoção sobre suas duras rotinas de trabalho, enquanto as apresentadoras recorrem à estratégia de citar ou inserir diversas fontes para equilibrarem o relato dos profissionais com a realidade da pandemia. A estrutura do episódio, no primeiro bloco, traz uma série de informações a partir de fontes citadas, sobre os riscos aos quais os profissionais da saúde estão expostos na luta contra o vírus. Já o segundo bloco dá ênfase para os depoimentos de muitos desses profissionais, que em grande parte encontram-se tristes, abatidos e deprimidos. O assunto da saúde pode ser percebido a partir das colunas iniciais do programa, que abordam a telemedicina e sua importância em um momento de distanciamento social, seguido por uma segunda coluna que denuncia a incompetência dos governos em prover uma assistência digna à populações de baixa renda, que foram expressivamente prejudicadas pela pandemia. O tema da saúde se encontra presente até o fim do episódio, com o último depoimento de um profissional. Assim a saúde é abordada a partir do espaço do programa aberto à

situação dos profissionais e sob uma perspectiva social. Nas redes sociais, o podcast explora o tema com pouca profundidade, fazendo, outra vez, um convite para que os ouvintes possam se surpreender com os relatos que marcam o programa. No último episódio “#296 - Como nascem os negacionistas?”, as fontes saem da curva dos demais, discutindo diferentes assuntos que vão desde políticas, infodemia e religião para explicar o fenômeno do negacionismo. Ressaltamos que a estrutura do programa é separada por blocos que introduzem de forma breve o assunto, com fontes citadas de diversos locais para depois trazer uma base aprofundada em fatos e discursos de caráter opinativo. O assunto saúde é abordado durante todo o programa, abrangendo um contexto político, em que destaca a irresponsabilidade de lideranças políticas, traçando um paralelo entre acontecimentos cotidianos onde o negacionismo pode ser observado. Sendo assim, o programa combate o negacionismo, apontando suas causas e trazendo soluções para este grave problema. As postagens nas redes do Mamilos não fogem da simples divulgação para a audiência, sem grandes elaborações.

A partir da análise, podemos comprovar que os episódios em questão possuem, na maioria das vezes, convidados que se propõem a levar um diálogo amplo, explorando diversos assuntos por diferentes vieses, que enriquecem o programa recorrendo a contextos sociais que são muito importantes para que pudéssemos entender os temas analisados nestes episódios. Uma semelhança que encontramos nos 3 episódios é a ausência de identificação das fontes citadas, que por vezes pode ser prejudicial para a confiança dos ouvintes.

Apesar de o programa não anunciar uma separação de blocos, em todos os casos observamos claramente que as apresentadoras conduzem cada episódio com uma hierarquia de informações, se aprofundando em pautas que tragam mais sentido sobre o tema a ser discutido. Identificamos que o podcast cumpre produzir conteúdos que abordem o tema saúde, mesclando as práticas vistas tanto no jornalismo de saúde quanto no jornalismo científico. Finalmente, podemos observar que em ambos os programas, Mamilos se diferencia em seus formatos, sem estabelecer um padrão rígido. Por vezes mantém um discurso de caráter opinativo com muita frequência, como no caso do episódio #296, e por outras vezes opta por manter uma narrativa mais explicativa, como no caso do episódio #238. Notamos que essa mudança nos discursos pode ser benéfica para a escuta, pois o podcast

consegue chegar em diferentes pontos de vista, fugindo de uma lógica restrita. Vale ressaltarmos também que as redes sociais do Mamilos, apesar de não demonstrarem um empenho massivo na produção de posts sobre os episódios, servem como um ambiente de troca e diálogo, onde os seguidores que compõem a audiência do Mamilos elogiam e contribuem com suas opiniões e feedbacks sobre a essência dos episódios. Porém, identificamos diversas críticas e ataques virtuais nas postagens, que não se relacionam diretamente com a essência do episódio, e sim com o podcast Mamilos enquanto empresa de mídia.

Por fim, podemos concluir que esta pesquisa não traz resultados absolutos sobre as dimensões que cercam o jornalismo da área de saúde, ou sobre os caminhos que o jornalismo tem encontrado para se reinventar na podosfera, porém, abrimos precedentes para pesquisas futuras que tenham como foco compreender a atuação do jornalismo de saúde e científico sob diferentes formatos de conteúdos, que podem ser encontrados a partir do podcast, ou de outras mídias em ascensão, sobretudo com propostas mais analíticas e interpretativas.

REFERÊNCIAS

ALVES, Soraia. Pesquisa da Deezer mostra que consumo de podcasts subiu 67% no Brasil. **Brainstorm 9**, 2019. Disponível em: <<https://bit.ly/2yEA5td>>. Acesso em: 04 de maio de 2020.

ASSIS, Pablo de; LUIZ, Lúcio. **O Podcast no Brasil e no Mundo**: um caminho para distribuição de mídias digitais. In: Anais do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. INTERCOM, Caxias do Sul, 2010. Disponível em: <<https://bit.ly/3c8hwLO>>. Acesso em: 25 de mar. de 2020.

Boletim Coronavírus: Newsletter com conteúdos do Nexo e uma curadoria de materias externos sobre o tema. **NexoJornal**, 2020. Disponível em: <<https://www.nexojornal.com.br/boletim-coronavirus/>>. Acesso em: 22 de abr. de 2021.

Braincast #349: Coronavírus: como sobreviver ao home office sem pirar. **Brainstorm 9**, 20 mar. 2020. Podcast. Disponível em: <<https://www.b9.com.br/shows/braincast/braincast-349-coronavirus-como-sobreviver-ao-home-office-sem-pirar/>>. Acesso em: 22 de abr. de 2021.

BUENO, Wilson da Costa. Jornalismo Científico: conceitos e funções. **Ciência e Cultura**, São Paulo, v. 37, n. 9 , p. 1420-7, 1985. Disponível em: <<https://biopibid.ccb.ufsc.br/files/2013/12/Jornalismo-cient%C3%ADfico-conceito-e-fun%C3%A7%C3%A3o.pdf>>. Acesso em 11 de maio de 2021.

Clubhouse no Android deve demorar 'alguns meses', segundo criador do app. **G1**, 2021. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2021/03/23/clubhouse-no-android-deve-demorar-alguns-meses-segundo-criador-do-app.ghtml?mc_cid=061181b5fb&mc_eid=4a3c8c52a5>. Acesso em: 17 de mar. de 2021.

VOLPATO, Leonardo. Combate ao Coronavírus é cancelado na Globo: 'Foi um privilégio', diz Marcio Gomes. **Folha de S.Paulo**, 2020. Disponível em: <<https://f5.folha.uol.com.br/televisao/2020/05/combate-ao-coronavirus-e-cancelado-na-globo-foi-um-privilegio-diz-marcio-gomes.shtml>>. Acesso em: 22 de abr. de 2021.

COMITÊ DE REDAÇÃO DA DECLARAÇÃO UNIVERSAL DOS DIREITOS HUMANOS; ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS (ONU). **Declaração Universal dos Direitos Humanos**. Palais de Chaillot, Paris, 1948. Disponível em: <https://www.ohchr.org/en/udhr/documents/udhr_translations/por.pdf>. Acesso em: 11 de maio de 2021.

Conheça as mudanças na programação de novelas e programas da Globo em função do novo coronavirus. **GShow**, 2020. Disponível em:

<<https://gshow.globo.com/noticia/mudancas-na-globo-em-funcao-do-covid-19.ghtml>>. Acesso em: 22 de abr. de 2021.

Coronavírus: OMS declara pandemia. **BBC**, 2020. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/geral-51842518>>. Acesso em: 22 de abr. de 2021.

Coronavírus: Record autoriza que funcionários acima de 60 anos fiquem de quarentena. **Uol**, 2020. Disponível em: <<https://natelinha.uol.com.br/televisao/2020/03/17/coronavirus-record-autoriza-que-funcionarios-acima-de-60-anos-fiquem-de-quarentena-142367.php>>. Acesso em: 22 de abr. de 2021.

Datena anuncia que apresentará o programa de casa. São Paulo: Vídeos. **Band**, 2020 (1:18 min). Disponível em: <<https://videos.band.uol.com.br/16778336/datena-anuncia-que-apresentara-o-programa-de-casa.html>>. Acesso em: 22 de abr. de 2021.

EDISON RESEARCH. **The Infinital Dial 2019**. Somerville, 2019. Disponível em: <<https://www.edisonresearch.com/infinite-dial-2019/>>. Acesso em: 17 de mar. de 2021.

Em podcasts jornalísticos, muito planejamento e pouco improvisado. **Piauí**, 2019. Disponível em: <<https://piaui.folha.uol.com.br/em-podcasts-jornalisticos-muito-planejamento-e-pouco-improvisado/>>. Acesso em: 14 de abr. de 2021.

Estadão lança podcast diário de notícias. **Estadão**, 2017. Disponível em: <<https://economia.estadao.com.br/noticias/negocios,estadao-lanca-podcast-diario-de-noticias,70001729751>>. Acesso em: 14 de abr. de 2021.

FENAJ – Federação Nacional dos jornalistas. Covid-19 entre jornalistas: Cresce pressão no trabalho; profissionais têm salário reduzido. Brasília, 2020. Disponível em: <<https://fenaj.org.br/covid-19-entre-jornalistas-cresce-pressao-no-trabalho-profissionais-tem-salario-reduzido/>>. Acesso em: 22 de abr. de 2021.

FENAJ – Federação Nacional dos jornalistas. MP 936: Mais de 4 mil jornalistas do país tiveram impactos salariais durante a pandemia. Brasília, 2020. Disponível em: <<https://fenaj.org.br/mp936-afeta-mais-de-4-mil-jornalistas/>>. Acesso em: 22 de abr. de 2021.

FENAJ – Federação Nacional dos jornalistas. **Violência contra jornalistas e liberdade de imprensa no Brasil – Relatório 2020**. Brasília, 2020. Disponível em: <https://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2021/01/relatorio_fenaj_2020.pdf>. Acesso em: 22 de abr. de 2021.

FIOCRUZ – Fundação Oswaldo Cruz. Zika. Rio de Janeiro. Disponível em: <<https://portal.fiocruz.br/zika>>. Acesso em: 11 de maio de 2021.

FRANÇA, Lilian Cristina Monteiro (org). Consumo Cultural e Redes Sociais. **Criação**. Aracaju, 2018. Disponível em: <<https://editoracriacao.com.br/wp-content/uploads/2015/12/lilianconsumocultural-1.pdf>>. Acesso em: 17 de mar. de 2021.

FREIRE, Gabriel Ribeiro. **Ideias sem fio**: um panorama sobre podcasts no Brasil. 2015. 75 f. TCC (Graduação) - Curso de Comunicação Organizacional, Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília, Brasília, 2015. Disponível em: <https://bdm.unb.br/bitstream/10483/11527/1/2015_GabrielRibeiroFreire.pdf>. Acesso em: 17 de mar. de 2021.

GaúchaZH libera acesso no site a conteúdos de serviço sobre coronavírus a não assinantes. **GaúchaZH**, 2020. Disponível em: <<https://gauchazh.clicrbs.com.br/coronavirus-servico/noticia/2020/03/gauchazh-libera-acesso-no-site-a-conteudos-de-servico-sobre-coronavirus-a-nao-assinantes-ck7txkui204t701pqc9f33l7c.html>>. Acesso em: 22 de abr. de 2021.

Globo afasta jornalistas com mais de 60 e tira Chico Pinheiro e Tramontina do ar. **Uol**, 2020. Disponível em: <<https://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/daniel-castro/globo-afasta-jornalistas-com-mais-de-60-tira-chico-pinheiro-e-tramontina-do-ar-34792?cpid=txt>>. Acesso em: 22 de abr. de 2021.

Globo e B9 anunciam parceria inédita no mercado brasileiro de podcasts. **Brainstorm 9**, 2019. Disponível em: <<https://www.b9.com.br/137679/globo-e-b9-anunciam-parceria-inedita-no-mercado-brasileiro-de-podcasts/>>. Acesso em: 17. De mar. de 2021.

Globo suspende novelas, Encontro e Se Joga e cria programa para Coronavírus. **Uol**, 2020. Disponível em: <<https://tvefamosos.uol.com.br/noticias/redacao/2020/03/16/globo-suspende-novelas-encontro-e-se-joga-e-cria-programa-para-coronavirus.htm?cmpid=copiaecola>>. Acesso em: 22 de abr. de 2021.

GOMES, S. A saúde, o jornalismo e a COVID-19. **Communitas Think Tank – Ideias**, Portugal, 2020. Disponível em: <<http://www.communitas.pt/ideia/a-saude-o-jornalismo-e-a-covid-19/>>. Acesso em: 11 de maio de 2021.

JENKINS, Henry; GREEN, Joshua; FORD, Sam. **Cultura da Conexão**: Criando valor e significado por meio da mídia propagável. São Paulo: Aleph, 2015.

Jornalistas da Globo passam a usar máscaras de proteção. (2 min). **Globoplay**, Rio de Janeiro, 2020. Disponível em: <<https://globoplay.globo.com/v/8456746/>>. Acesso em: 22 de abr. de 2021.

KUCINSKI, Bernardo. Jornalismo, saúde e cidadania. **SciELO**. São Paulo, 2000. Disponível em: <<https://www.scielo.org/article/icse/2000.v4n6/181-186/#ModalArticles>>. Acesso em: 11 de mai. de 2021.

LERNER, Kátia; GRADELLA, Pedro de Andréa. Mídia e pandemia: Os sentidos do medo na cobertura de Influenza H1N1 nos jornais cariocas. Revista do programa de pós-graduação da escola de comunicação da dossiê: comunicação e catastrophe, v. 14, n. 02. **Revista Eco**. Pós, 2011. Disponível em:

<https://revistaecopos.eco.ufrj.br/eco_pos/article/view/1204/1142<https://www.bbc.com/portuguese/brasil-57109219>>. Acesso em: 11 de maio de 2021.

LERNER, Kátia; PESSONI, Arquimedes (orgs). **Meio ambiente, saúde e divulgação científica**: questões comunicacionais, 1ª. ed. Portal Intercom - Universidade Municipal de São Caetano do Sul (USCS). São Caetano do Sul, 2020. Disponível em: <https://www.arca.fiocruz.br/bitstream/icict/44735/3/ebook_meio_ambiente_saude_e_divulgacao_cientifica_questoes_comunicacionais_versao_com_paginas_branca_s.pdf>. Acesso em: 11 de maio de 2021.

LIMA, Mariane. **Deu zika no Toca!** Cobertura jornalística e discursos sobre o zika vírus na imprensa regional. Dissertação de Mestrado em Saúde Coletiva – Faculdade de Ciências da Saúde, Universidade de Brasília. Brasília, 2019. Disponível em: <https://repositorio.unb.br/bitstream/10482/37674/1/2019_MarianeSanchezLeoneldeSousaLima.pdf>. Acesso em: 11 de maio de 2021.

LUIZ, Lucio; ASSIS, Pablo de. **O podcast no Brasil e no mundo**: um caminho para a distribuição de mídias digitais. Portal Intercom. Caxias do Sul: 2010. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-0302-1.pdf>>. Acesso em: 17 de mar. de 2021.

LUIZ, Lucio (org). **Reflexões sobre o podcast**. Nova Iguaçu: Marsupial Editora, 2014. Acesso em: 17 de mar. de 2021.

Mamilos #243: Sobrevivendo ao coronavirus. *Podcast. Brainstorm 9*, 20 de mar. de 2020. Disponível em: <<https://www.b9.com.br/shows/Mamilos/Mamilos-243-sobrevivendo-ao-coronavirus/>>. Acesso em: 22 de abr. de 2021.

NEWMAN, Nic *et al.* Jornalismo, mídia e tendências tecnológicas e previsões para 2020. **Reuters Institute**, Jan. de 2020. Disponível em: <<https://www.digitalnewsreport.org/publications/2020/journalism-media-and-technology-trends-and-predictions-2020/>>. Acesso em: 17 de mar. de 2021.

O ano do podcast finalmente chegou, e o B9 agora faz parte da B9 Company. **Brainstorm9**, 2019. Disponível em: <<https://www.b9.com.br/108520/o-ano-do-podcast-finalmente-chegou-e-o-b9-agora-faz-parte-da-b9-company/>>. Acesso em: 07 de abr. de 2021.

O Assunto, podcast apresentado por Renata Lo Prete, completa 1 ano. **G1**, 2020. Disponível em: <<https://g1.globo.com/podcast/o-assunto/noticia/2020/08/26/o-assunto-podcast-apresentado-por-renata-lo-prete-completa-1-ano.ghtml>>. Acesso em: 07 de abr. de 2021.

OPEN DATA SUS. **Conjunto de dados**. [S. l.], Ministério da Saúde, 2020. Disponível em: <<https://opendatasus.saude.gov.br/dataset>>. Acesso em: 14 de abr. de 2021.

Ouvir os dois lados é construir pontes? O caso Mamilos e seus limites éticos. **Observatório da Imprensa**, 2020. Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/objethos/ouvir-os-dois-lados-e-construir-pontes-o-caso-Mamilos-e-seus-limites-eticos/>>. Acesso em: 07 de abr. de 2021.

PEDREIRA, A. E.; LOPES, F. **Comunicação e jornalismo na saúde**: uma proposta metodológica para o estudo da televisão pública. *In* Dinâmicas comunicativas e transformações sociais. Atas das VII Jornadas Doutorais em Comunicação & Estudos Culturais, p. 202-226. Braga: CECS, 2020. Disponível em: <https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/68402/1/2020_Pedreira_Lopes_Comunicacao-e-jornalismo-na-saude.pdf>. Acesso em: 11 de maio de 2021.

Podcast 'Durma com essa' faz 2 anos com 17 milhões de plays. **Nexo Jornal**, 2020. Disponível em: <<https://www.nexojornal.com.br/expresso/2020/09/16/Podcast-%E2%80%99Durma-com-essa%E2%80%99-faz-2-anos-com-17-milh%C3%B5es-de-plays>>. Acesso em: 14 de abr. de 2021.

PREVIDELLI, Fabio. Ah live: Ivan Mizanzuk, o podcaster que tem investigado o caso Evandro. **Uol**, 2020. Disponível em: <<https://aventurasnahistoria.uol.com.br/noticias/historia-hoje/ah-live-ivan-mizanzuk-o-podcaster-que-tem-investigado-o-caso-evandro.phtml>>. Acesso em: 14 de abr. de 2021.

PRIMO, A. F. T. **Para além da emissão sonora**: as interações no podcasting. Porto Alegre: Revista Intexto, n. 13, 2005. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/intexto/article/view/4210>.

Quatro em cada 10 internautas já ouviram podcast no Brasil. **Piauí**, 2019. Disponível em: <<https://piaui.folha.uol.com.br/quatro-em-cada-dez-internautas-ja-ouviram-podcast-no-brasil>>. Acesso em: 17 de mar. de 2021.

REIS, Ana Isabel. O áudio invisível: uma análise ao podcast dos jornais portugueses. **Revista Lusófona de Estudos Culturais / Lusophone Journal of Cultural Studies**, v. 5, n. 1, p. 209 – 225, 2018. Disponível em: <<https://bit.ly/2ZEY9at>>. Acesso em: 17 de mar. de 2020.

SHIRKY, Clay. **A Cultura da Participação**. Rio de Janeiro: Zahar, 2011. Acesso em: 07 de abr. de 2021

SILVA, Bento; TEIXEIRA, Marcelo. Rádio web e podcast: Conceitos e aplicações no ciberespaço educativo. **Actas Icono 14**, n. A4, p. 253-261, Madrid, mar. 2010. Disponível em: <<https://core.ac.uk/download/pdf/55613967.pdf>>. Acesso em: 17 de mar. de 2021.

SOUZA, Leonardo Costa. **Os vínculos sonoros no ambiente comunicacional do Podcast Mamilos**. Dissertação de Mestrado em Comunicação – Faculdade Cásper Líbero. São Paulo, 2019. Disponível em: <<https://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2020/02/LEONARDO-COSTA-SOUZA.pdf>>. Acesso em: 07 de abr. de 2021

UNESCO. **UNESCO enfatiza a importância da segurança de jornalistas frente à pandemia da COVID-19.** Londres, 2020. Disponível em: <<https://pt.unesco.org/news/unesco-enfatiza-importancia-da-seguranca-jornalistas-frente-pandemia-da-covid-19>>. Acesso em: 22 de abr. de 2021.

Veículos de comunicação formam parceria para dar transparência a dados de Covid-19. **G1**, 2020. Disponível em: <<https://g1.globo.com/politica/noticia/2020/06/08/veiculos-de-comunicacao-formam-parceria-para-dar-transparencia-a-dados-de-covid-19.ghtml>>. Acesso em: 14 de abr. de 2021.

Veja frases de Bolsonaro durante o 1º mês de coronavírus no Brasil. **G1**, 2020. Disponível em: <<https://g1.globo.com/politica/noticia/2020/03/26/frases-bolsonaro-coronavirus.ghtml>>. Acesso em: 14 de abr. de 2021.

VOLTA DAT LAB. **Estatísticas e dados do segmento de podcasts no Brasil em 2019.** São Paulo, 2019. Disponível em: <<https://voltdata.info/conteudo/2019/estatsticas-de-podcasts>>. Acesso em: 17 de mar. de 2021.

WE ARE SOCIAL. **Digital 2021 Global Overview Report.** New York, 2021. Disponível em: <<https://wearesocial.com/digital-2021>>. Acesso em: 14 de abr. de 2021.

WHO – World Health Organization. **Doença por coronavírus (COVID-19).** Genebra, 2020. Disponível em: <<https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/question-and-answers-hub/q-a-detail/coronavirus-disease-covid-19>>. Acesso em: 22 de abr. de 2021.

WHO – World Health Organization. **Novel Coronavirus (2019-nCoV) SITUATION REPORT – 1.** Genebra, 2020. Disponível em: <https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/situation-reports/20200121-sitrep-1-2019-ncov.pdf?sfvrsn=20a99c10_4>. Acesso em: 22 de abr. de 2021.

WHO – World Health Organization. **Painel do Coronavírus da OMS (COVID-19).** Genebra, 2020. Disponível em: <<https://covid19.who.int/>>. Acesso em: 22 de abr. de 2021.

YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos.** Porto Alegre: Bookman, 2001.