



ANPEd - Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Educação

6213 - Trabalho Completo - XIII Reunião Científica da ANPEd-Sul (2020)

ISSN: 2595-7945

Eixo Temático 11 - Educação, Comunicação e Tecnologia

O CANAL MAMILOS DE PODCAST ENSINANDO SOBRE O PUERPÉRIO
Cláudia Schneider Marques - FACULDADE DE EDUCAÇÃO DA UNIVERSIDADE
FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL

O CANAL MAMILOS DE *PODCAST* ENSINANDO SOBRE O PUERPÉRIO

Neste texto, derivado de minha dissertação de Mestrado, valho-me do conceito de pedagogia cultural, abordado por estudiosos dos Estudos Culturais, para discutir o alcance e a produtividade do *podcast*. Argumento que o conteúdo veiculado por essa ferramenta midiática atua nos processos de construção de compreensões sobre as temáticas nele abordadas, bem como sobre os sujeitos nelas implicados.

Focalizo, inicialmente, o conceito de pedagogias culturais, a partir de autores que dele têm se valido e que dão suporte a essa pesquisa, tais como Camozzato e Costa (2013), Wortmann, Costa e Silveira (2015), Andrade (2016), e outros, que explicitam como essas pedagogias operam. Logo após, apresento o *podcast*, um artefato midiático que tem ganhado muitos adeptos nos últimos anos, especialmente no Brasil, e a seguir, apresento o canal Mamilos, que analisei para discutir o tema Puerpério.

O conceito de pedagogias culturais, que tem funcionado como uma importante ferramenta teórica do campo da educação, surge no Brasil em trabalhos conduzidos a partir dos Estudos Culturais em Educação nos anos 1990. É importante lembrar que o conceito de pedagogia cultural se aplica, assim como Silva (2000, p.89) assinalou, a qualquer “dispositivo cultural que, tal como a escola, esteja envolvido – em conexão com as relações de poder – no processo de transmissão de atitudes e valores”. Inicialmente veiculado pelos estudos de Susan Steinberg e Joe Kincheloe (1997) e Henry Giroux (2003), este conceito foi retomado e ampliado por Camozzato e Costa (2013), que o associam a uma disposição que denominaram como “vontade de pedagogia”, que está implicada com a proliferação do pedagógico, ou seja, como as autoras (Camozzato e Costa, 2013) registraram tem-se o entendimento da pedagogia como um traço, uma marca da contínua vontade de investir e atuar sobre todos os aspectos e âmbitos da vida dos sujeitos contemporâneos.” (CAMOZZATO & COSTA, 2013, p. 23). Assumo o entendimento de que os discursos operam na “modelagem” de sujeitos ao promoverem constantemente a sua inclusão/exclusão em *determinadas* classificações; ou seja, os indivíduos aprendem a ser quem são também a partir dos artefatos culturais nos quais opera a pedagogia cultural, este “potente conceito acionado a partir do referencial dos Estudos Culturais”. (ANDRADE, 2016, p. 19)

Considero, assim, neste estudo, que o *podcast* atua como uma pedagogia cultural. Esclareço que por meio dessa mídia são transmitidas informações em áudio, em diversos canais, de forma semelhante ao rádio. Os programas de *podcast* veiculam

informações/discussões/explicações acerca de inúmeras questões contemporâneas, provocando reflexões e debates conduzidos pelos produtores dos programas e seus convidados, que suscitam a participação de suas audiências. Argumento que essas ações operam na direção de mobilizar os sujeitos para que aprendam sobre si e sobre os outros, bem como para que se posicionem frente a situações em curso na sociedade.

Registro que os primeiros *podcasts* apareceram no ano de 2004 nos Estados Unidos da América, e que logo surgiram adeptos também no Brasil. O ano de 2019 foi considerado o ano do *podcast* no Brasil, devido ao crescimento substancial dessa mídia em nosso país. A Associação Brasileira de *Podcasters* realiza periodicamente a PodPesquisa, a partir da qual é possível conhecer o universo do *podcast*. A última edição da pesquisa (2019) mostra que 72% dos ouvintes são homens, enquanto 27% são mulheres. Considero relevante enfatizar que neste universo predominantemente masculino, o canal Mamilos (produzido e apresentado por duas mulheres) é o terceiro mais citado pelos ouvintes.

Questões de gênero permeiam este estudo, que focaliza, especialmente, o papel atribuído às mulheres-mães e suas identidades, pois o tema maternidade é amplamente discutido no canal Mamilos, sobre o qual me debrucei nessa pesquisa. Esse canal foi criado em 2014 por Juliana Wallauer e Cris Bartis, que, antes do *podcast*, trabalhavam na área de publicidade. Atualmente o programa inicia com uma saudação aos ouvintes, seguida da divulgação dos patrocinadores. Imediatamente após, inicia-se a *Teta* (como é chamada a temática central de cada episódio), com a apresentação dos convidados, seguida de debates, que duram cerca de uma hora e meia. Depois da *Teta*, tem início o quadro *Farol Aceso*, em que as apresentadoras e os convidados dão dicas culturais para o público. O quadro *Fala que eu te escuto* encerra o programa, com leituras dos comentários de ouvintes, feitos por e-mail e pelas redes sociais.

Ou seja, o programa é intensamente interativo, e nessas interações é possível perceber discursos de diferentes ordens que perpassam o que está sendo narrado/discutido, e que atuam “moldando” as compreensões que os sujeitos têm sobre as temáticas focalizadas. Aliás, uma estratégia frequente de mobilização das audiências inclui a solicitação de que essas analisem e revejam suas práticas diárias e seus posicionamentos diante do assunto abordado.

É possível indicar que os produtores dos programas veiculados neste tipo de artefato atuam como líderes de opinião, que exercem “influência” em seus nichos. Ressalto ainda que muitos dos canais de *podcast* mantêm, tal como sucede com outras mídias, um site e perfis nas redes sociais, nos quais seus programas são divulgados e, onde, muitas vezes, são publicados textos, notícias e outros materiais relacionados à temática central do canal. Sobre este enredamento midiático, que se processa entre os produtores de mídia e seu público, cabe referir estudos conduzidos por Jenkins, Ford e Green (2015), que ressaltam que

Quando os membros do público propagam [...] conteúdo de uma comunidade para outra é porque têm interesse na propagação dessas mensagens. Eles estão adotando um material significativo para si em função de este ter valor dentro de suas redes sociais, além de facilitar as conversas que querem manter com seus amigos e familiares. (JENKINS, FORD & GREEN, 2015 e-book)

Esses autores valem-se do conceito de *teoria da conexão* para registrarem como se dá a circulação de conteúdo nos dias de hoje. Ocorreu, segundo eles, uma importante mudança nessa circulação expressa em um movimento em direção “a um modelo mais participativo de cultura, em que o público não é mais visto simplesmente como um grupo de consumidores de mensagens pré-construídas, mas como pessoas que estão moldando, compartilhando, reconfigurando e remixando conteúdos de mídia de maneira que antes não poderiam ser

imaginadas” (p.24). É possível dizer, então, que um processo como esse direciona-se a construir entre os “membros” do público uma identidade que os une. E esse “laço de confiança” parece ser fundamental para que o conceito de pedagogia cultural opere de forma efetiva, pois quando o público está vinculado emocionalmente aos produtores e se sente parte do projeto, as informações trazidas pelo produtor tendem a ser mais consideradas.

Artefatos culturais, tais como o *podcast*, “são produtivos, são práticas de representação, inventam sentidos que circulam e operam nas arenas culturais onde o significado é negociado e as hierarquias são estabelecidas” (COSTA, SILVEIRA & SOMMER, 2016, p. 38) Como já indiquei anteriormente, os Estudos Culturais se propõem a estudar esses artefatos e “defendem que existe pedagogia, modos de ensinar e possibilidades de aprender nos mais diferentes artefatos culturais” (PARAÍSO, 2014, p. 26). Assim, é possível dizer que cada vez mais se estabelece uma importante conexão entre os produtos da comunicação e a educação, e que essa “hibridação entre Educação e Comunicação tem contribuído para uma significativa discussão sobre pedagogias, uma vez que é destacada a implicação de artefatos que compõem o que tem sido denominado de cultura da mídia na formação de sujeitos hoje.” (ANDRADE & COSTA, 2015, p. 52)

Como Paul du Gay ressaltou,

significados não são apenas “enviados” pelos produtores e “recebidos”, passivamente, pelos consumidores; pelo contrário, significados são ativamente produzidos no consumo, por meio do uso que cada pessoa faz desses produtos em sua vida diária. (GAY et al. 1997, p. 5 – tradução minha).

Passo, a seguir, a focalizar um episódio do canal Mamilos, que trata de um tema muito caro às mulheres mães: o puerpério (período pós-parto).

O episódio que focalizo nesta comunicação foi desenvolvido a partir de relatos de ouvintes, que foram entremeados por “reflexões” trazidas pelas duas apresentadoras do programa e suas convidadas. A “convocação” para a participação dos ouvintes neste episódio fora feita anteriormente pelo *Instagram*, na modalidade *Stories*. Nessas publicações, o apelo foi o seguinte: “Rede mamilinda, temos um pedido super especial pra vcs [sic]” (seguido da imagem de duas mãozinhas formando um coração). Depois desse primeiro apelo, as produtoras forneceram detalhes sobre o tema do programa — o puerpério — e, de forma organizada e didática, enumeraram que relatos gostariam de receber.

Vi no convite feito aos ouvintes um tom carinhoso registrado, especialmente, na forma como as apresentadoras se referem à rede como *mamilinda*, que sugere a reunião das palavras mamilos e linda. Além disso, elas salientavam no convite a importância que atribuem a essa comunidade a que conferem uma dimensão solidária bastante ampliada — o grupo que elas lideram deve partilhar experiências, vivências, sentimentos, medos, fragilidades, alegrias para que assim se torne uma comunidade genuína, que se apoia e que se ajuda.

Há um espaço no programa dedicado aos comentários de ouvintes nas mais diversas plataformas do canal. No entanto, o quadro *Fala que eu te escuto*, em que são lidos partes desses comentários, tem duração consideravelmente menor do que o restante do programa. Também não são muito alongados os comentários das apresentadoras sobre as mensagens lidas no ar, embora elas incluam nessa leitura comentários pouco elogiosos, ou mesmo críticas feitas ao que foi tratado no programa.

Dou destaque, a seguir, a alguns comentários de ouvintes, extraídos da leitura do site e das redes sociais do Mamilos. O primeiro comentário é de um pai de dois filhos. Ele conta

brevemente a sua história e faz o seguinte comentário:

Um trabalho de divulgação como este é super importante. [...] Agora fica a pergunta, em que mês da gestação esse conteúdo deve ser compartilhado? (comentário no site do canal. Disponível em <https://www.b9.com.br/105798/mamilos-190-depois-do-parto-historias-e-reflexoes/>)

Tal registro feito pelo ouvinte destaca a importância das informações trazidas sobre o tema focalizado para quem está esperando um bebê e prestes a viver um puerpério. No entanto, ele sugere que há um momento/tempo da gestação mais adequado ao recebimento dessas informações. A questão que ele traz envolve, assim, pensar sobre *qual* momento seria mais *pedagógico* compartilhar os possíveis obstáculos e dificuldades que poderão ser vividos por mães e pais neste período, preocupação que me leva a retomar afirmação de Camozzato (2014) sobre ter a pedagogia uma “íntima relação com a produção das pessoas” (CAMOZZATO 2014, p. 575)

Refiro, também, o comentário de uma mãe que “se encontrou” ao ouvir o programa. Em seu relato, é possível perceber a identificação dessa mulher-mãe com o que foi apresentado no episódio. E esse “encontrar-se” faz parte do processo pedagógico, do entendimento de “como se tornar mãe” e, neste caso, é o programa – as produtoras e os demais participantes - e não quaisquer outros sujeitos, que lhe possibilitaram isso.

O comentário a seguir foi postado no Twitter:

Tu gosta de podcast? Tem um episódio de **mamilos** que é sobre **puerpério** e maternidade real que é muito bom porém pesadíssimo. fala MT sobre essas coisas, inclusive sobre as mulheres não poderem reclamar da exaustão, afinal de contas foram abençoadas pelo milagre de ser mãe né Recomendo [sic] (grifos do *post*) (*Twitter*: @Mamilospod, acesso em 25 de junho de 2019.).

Nesse comentário, uma ouvinte indica o episódio para outra pessoa, colocando sob suspeita a impossibilidade de as mulheres reclamarem de exaustão frente à maternidade, já que estão vivendo o “milagre de ser mãe”. Chamo a atenção para a perceptível ironia contida na invocação à expressão “milagre de ser mãe”, que, aliás, perpassa discursos religiosos e conservadores, ainda em intensa circulação e que configuram uma forma de pensar a maternidade. Sobre essa, Badinter alertou: “Cabe perguntar se o apelo sempre renovado do instinto materno, e dos comportamentos que ele pressupõe, não é o pior inimigo da maternidade”, na medida em que delega à mãe toda a responsabilidade por essa escolha e por essa “graça”. (BADINTER, 2011. E-book)

Já outra ouvinte compartilha o link do programa no *Twitter*, afirmando que o episódio é uma aula:

Esse **Mamilos** sobre **puerpério** é uma aula foda demaaaaais (*Twitter*: @Mamilospod, acesso em 25 de junho de 2019.).

É possível dizer, a partir deste último comentário, que a ouvinte parece perceber o “poder pedagógico” deste artefato da cultura, ao ponto dela decidir compartilhá-lo com seus amigos em outras redes sociais. Tal prática evidencia a importância do conteúdo para a ouvinte, tal como afirmam Jenkins, Ford e Green (2015), e mostra que a importância que ela atribui a este conteúdo se amplia através do compartilhamento às suas redes de amigos em outra mídia, estendendo o número de sujeitos com os quais ela poderá conversar sobre essa

temática e, a partir daí, talvez aprofundar a discussão.

Na audição do episódio, fica evidente a preocupação das apresentadoras e convidadas em estabelecerem papéis para as pessoas envolvidas com as mães nesse período. Há críticas à ideia cristalizada de ser a mãe o elemento fundamental para a criança (lembramos da responsabilidade da amamentação que, por questões fisiológicas – naturais, portanto, e inquestionáveis – é exclusiva da mãe) e que assim concede ao pai “liberdade” para seguir normalmente com sua vida, já que em casa ele “atrapalharia”. Como indicou Marcello (2005), há linhas de subjetividade delineadas por estratégias de poder-saber que compõem “trajetos que evidenciam, para o sujeito-mãe, que cuidar de si é, pois, cuidar do outro (do filho).” (MARCELLO, 2005, p. 86)

A discussão deste tema se estendeu também ao *Instagram*, rede social na qual uma ouvinte critica a duração do episódio, embora fique evidente em seu texto que ela o considera importante, pois sua preocupação é que a duração do mesmo inviabilize a sua audição, impedindo que algumas mães se beneficiem com o conteúdo e usufruam do programa. Transcrevo o comentário de uma outra mãe que corrobora esse entendimento sobre a duração e a validade do programa.

To ouvindo desde ontem (realidade materna, né) enquanto edito fotos e SOCORRO! Já ri, já chorei... Impossível não me lembrar dos momentos punks do meu puerpério, esse looooongo que ainda me visita às vezes, e que falo sempre sobre. Parabéns elo trabalho incrível de vocês, me senti abraçada, acolhida. (*Twitter*: @Mamilospod, acesso em 25 de junho de 2019.).

E nesse comentário também está destacada a identificação da ouvinte com as representações de mães apresentadas no programa. Cabendo lembrar, a partir de Hall (1997), que a representação, e conseqüente identificação, atua na produção de uma “identidade [que] emerge, não tanto de um centro interior, de um “eu verdadeiro e único”, mas do diálogo entre os conceitos e definições que são *representados* para nós pelos discursos da cultura”. (HALL, 1997, p. 26)

A ideia de continuidade e a “conexão” entre público e produtoras também pode ser percebida nos comentários, quando uma das ouvintes convida outra pessoa para fazer uma “oficina” sobre o episódio, evidenciando uma necessidade de aprofundar o tema abordado na discussão que foi ao ar. Essa necessidade parece-me estar em sintonia com o conceito de “vontade de pedagogia”, que Camozzatto e Costa (2013) teceram, na direção de completar e justificar a aproximação feita possibilitando um aprofundamento das reflexões levantadas no episódio.

Por fim, transcrevo parte do relato de uma ouvinte, enviado por e-mail ao Programa, no qual ela afirma que os episódios deste canal a acompanharam durante a solidão do puerpério.

[...] passei a ter o que conversar com meu esposo [...] E foi no meu puerpério doído, sofrido, solitário que me tornei seguidora da “palavra do Mamilos” e pude voltar a sorrir, a pensar além de mim e, principalmente, a encontrar o meu eu. (Transcrição parcial de diálogos, selecionados pela autora no PODCAST MAMILOS programa número 191, de 5 de abril de 2019)

E esse último comentário reúne referências a citações e reflexões já feitas até aqui, além de destacar a importância da sociedade em rede, pois, como afirma Marcilene Forechi,

Estar nas redes sociais digitais significa mais que participar de um movimento, de uma moda, de uma tendência. Significa a possibilidade de, por meio da mediação tecnológica, falar para uma audiência ampliada – e ser “ouvido” por ela -, que se encontra muito além do nosso alcance geográfico e que não reconhece hierarquias ou fronteiras físicas. (FORECHI, 2018, p. 13)

Neste estudo, busquei indicar representações veiculadas em comentários e diálogos relativos a episódios do canal Mamilos de *podcast*, uma rede social digital.

Há ainda muitos os questionamentos a serem feitos acerca do tema com que me ocupei. É possível perceber, no entanto, a dimensão pedagógica operando por meio do artefato cultural *podcast* e isso me motiva a seguir pesquisando e acompanhando o que está circulando em mais esta ferramenta digital.

PALAVRAS-CHAVE: Estudos Culturais. Pedagogia Cultural. Educação.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, Paula Deporte de. A invenção das pedagogias culturais. In: **Pedagogias Culturais: a arte de produzir modos de ser e viver na contemporaneidade**. Curitiba: Appris Editora, 2016, p. 19-32.

ANDRADE, Paula Deporte de; COSTA, Marisa Vorraber. **Usos e possibilidades do conceito de pedagogias culturais em estudos culturais em educação**. Canoas: Textura, v. 17, nº 34. 2015, p. 48-63.

BADINTER, Elisabeth. **O conflito: a mulher e a mãe**. Rio de Janeiro: Record Editora, 2011. E-book.

CAMOZZATO, Viviane Castro. **Pedagogias do presente**. Educação & Realidade, v.39, n2, p. 573-593, 2014.

CAMOZZATO, Viviane Castro; COSTA, Marisa Vorraber. **Vontade de pedagogia: pluralização das pedagogias e condução dos sujeitos**. Cadernos de Educação, v. 44, p.22-44, 2013.

COSTA, Marisa Vorraber; SILVEIRA, Rosa Hessel; SOMMER, Luís Henrique. **Estudos Culturais, educação e pedagogia**. Revista Brasileira de Educação, n23, p. 36-61, 2006.

FORECHI, Marcilene. **Identidades femininas em comentários no Facebook: uma análise a partir dos Estudos Culturais em Educação**. Tese de Doutorado. UFRGS, 2018.

GAY, Paul Du et al. **Doing Cultural Studies: The story of the Sony Walkman**. Sage Publications (in association with the Open University). 1997.

GIROUX, H. *Atos Impuros*. Porto Alegre; ArtMed, 2003.

HALL, Stuart. **A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções culturais**. Educação & Realidade, v. 22, n.2, p. 15-46, 1997.

JENKINS, Henry; FORD, Sam; GREEN, Joshua. **Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável**. Aleph, 2015. E-book.

MARCELLO, Fabiana de Amorim. **Dispositivo da maternidade: mídia e a produção**

pedagógica de sujeitos, práticas e normas. *Educar*, p.81-98, 2015.

PARAISO, Marlucy Alves. Metodologias de pesquisas pós-críticas em educação e currículo: trajetórias, pressupostos, procedimentos e estratégias analíticas. In: MEYER, Dagmar Estermann; PARAISO, Marlucy Alves (Org.). **Metodologias de pesquisas pós-críticas em educação**. Belo Horizonte: Mazza Edições, 2014, p. 25-47.

STEINBERG, S & KINCHELOE, J. Kindercultura; a construção da infância pelas grandes corporações. In Silva, L.H. (org). *Identidade social e a construção do conhecimento*. Porto Alegre: SMED, 1997.