

Podcasts e a Cultura Digital: Estratégias Para Contar Histórias em uma Narrativa Convergente¹

Lais Cerqueira FERNANDES²
Christina Ferraz MUSSE³
Universidade Federal de Juiz de Fora, MG

RESUMO

O artigo promove uma discussão sobre como as narrativas jornalísticas, agora imersas em uma cultura digital em constante convergência midiática, preservam o potencial de reforçar e criar novos artifícios para contar histórias. Sendo assim, são apresentadas evidências de como o webjornalismo e as estratégias presentes na tática de *storytelling* observadas em *podcasts* – mais especificamente, na primeira temporada do *podcast* “Projeto Humanos” – se adaptam e podem desenvolver novos métodos para fidelizar e cativar os ouvintes em um ambiente transmultimídia.

PALAVRAS-CHAVE: *podcasts*; narrativas; transmultimídia; convergência; cibercultura.

1 Introdução

Este artigo argumenta que, mesmo que estejamos inseridos e ativamente participando de uma cibercultura, as narrativas resistem em preservar seu lado humano e elaborar novos métodos para atrair seu público e narrar suas histórias; entre elas, especialmente, a narrativa jornalística. Justificamos a maior aproximação entre o estilo jornalístico (que almeja ser mais objetivo) e a arte de contar histórias (dotada de subjetividade) com o fato de que as pessoas sentem afinidade e empatia em relação às histórias já que, através delas, encontram espelhos de suas emoções humanas. Como afirma Pereira Júnior (2006), acabamos por recorrer à vivência de terceiros porque, muitas vezes, é por elas que encontramos justificativas e compreensões acerca não apenas do nosso próprio comportamento, como também o do mundo.

Este trabalho é voltado para evidências de que esse aspecto permanece o mesmo também no meio virtual, e que este pode ser um aliado tanto para a propagação de uma

¹ Trabalho apresentado no DT 5 – Comunicação Multimídia do XXII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 22 a 24 de junho de 2017.

² Mestranda do Programa de Pós-graduação em Comunicação da UFJF, email: laiscerqueiraf@gmail.com

³ Orientadora do trabalho. Professora do Programa de Pós-graduação em Comunicação da UFJF, email: musse@terra.com

comunicação mais humanizada, quanto para oferecer uma plataforma digital, com novas ferramentas e possibilidades narrativas de persuasão.

Sendo uma mídia relativamente recente, os *podcasts* cativam um público cada vez maior nos últimos anos. O conteúdo do programa possibilita um novo horizonte de comunicação em um espaço multimídia e, além de encadear novas formas de táticas narrativas para atrair ouvintes, devido à natureza em constante descoberta e construção do meio on-line e ilimitado no qual está inserido, os programas ainda resgatam métodos semelhantes aos que observamos no jornalismo literário. Desta forma, podemos observar o potencial de novos fenômenos narrativos estratégicos suscitados dessas combinações.

2 Narrativas jornalísticas on-line

Vivemos em um mundo mediado por informações que, unidas, constroem narrativas. Nós as criamos junto aos nossos pares, à nossa percepção de mundo, à nossa memória e aos nossos significados – e as construímos, mesmo que inconscientemente, com um propósito. Nesse mundo onde as narrativas não somente relatam, mas são elementos de construção tanto da realidade quanto da ficção, somos constantemente atravessados por relatos que, com a ajuda de uma variedade crescente de formas de comunicação, permitem que as narrativas sejam, cada vez mais, mediadas através de representações virtuais.

As notícias acompanham este fluxo – uma vez que são abarcadas pelo conceito de narrativas, sendo responsáveis por relatar, a seu modo, várias histórias que, embora sejam escrita baseada em algo que realmente aconteceu, não anula o fato de é construída por nós e, por sua vez, ajuda a construir uma percepção de mundo. Segundo Bird e Dardenne (1993, p. 266), “as notícias são também uma forma na qual se cria ordem da desordem, transformando o saber em contar”. As narrativas existem fora da literatura, como é caso do jornalismo que, como ressalta Sodré (2009, p.194), “se alimenta de uma multiplicidade de relatos característicos da cotidianidade”. Ainda segundo este autor, narrar pode ser definido como o ato de contar histórias e, a narrativa, como forma de articular “o tempo do mundo à experiência humana e à linguagem” (SODRÉ, 2009, p.205). Esta colocação se reflete no que observamos como o funcionamento de notícias, de significar acontecimentos cotidianos, referenciá-los segundo um recorte de tempo e descrevê-los de acordo com o conhecimento humano acerca do fato narrado. As notícias, ainda, preservam uma característica até mesmo considerada mitológica:

As notícias, como os mitos, não contam as coisas como elas são, mas contam as coisas segundo seu significado. Assim, as notícias são um tipo particular de narrativa mitológica com seus próprios códigos simbólicos que são reconhecidos pelo seu público (BIRD; DARDENNE, 1993, p.267).

Outra característica da notícia é a influência que novas tecnologias exercem sob a mesma ao longo dos anos. Para Sodré (2009), a notícia é um gênero sociodiscursivo e é um equívoco tentar atribuir a ela um formato narrativo definitivo – sendo que o mesmo pode mudar a qualquer instante, inclusive mediante uma inserção no mundo digital, por exemplo – que todas as notícias seriam obrigadas a obedecer. Associar a notícia como sociodiscursiva procede, principalmente quando observamos como o advento de novas tecnologias são cruciais para o desenvolvimento de novas técnicas e formatos jornalísticos. Por se tratar de um discurso social, a produção jornalística é atravessada “pelas práticas profissionais de um campo específico, assim como pelas inovações tecnológicas que com elas interagem” (SODRÉ, 2009, p.207).

Desta forma, o desenvolvimento e a modernização dos meios de comunicação, unidos à sua convergência para a internet, possibilitaram não apenas uma adaptação às novas mídias, como também representou várias oportunidades para inovações na forma de se comunicar e estabelecer laços com o público, devido ao leque de opções que um ambiente transmultimídia oferece. Todo este processo foi resultado da convergência midiática, descrita por Jenkins (2013) da seguinte maneira:

Por convergência, refiro-me ao fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. Convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, dependendo de quem está falando e do que imaginam estar falando (JENKINS, 2013, p.29).

Para este autor, novas e as antigas mídias se chocam, se agregam e se retroalimentam. Não só o público migra para um ambiente que oferece várias formas de consumo de histórias e informações, como ele mesmo tem a autonomia de procurar e optar pela forma de comunicação que mais o apetece, seja ela conhecida ou não, *mainstream* ou não, a mais utilizada ou não – as plataformas on-line são ilimitadas e disponibilizam diversas maneiras para as pessoas acessem sua mídia de preferência, de onde quiserem e da forma que preferirem. A partir disto, a dialética entre o público e o

produto se transforma, abarcando novos tipos de demandas e relações, sejam estas estabelecidas por afinidade, fidelidade, novidade ou, até mesmo, simpatia.

O papel mais presente e eloquente do consumidor também gera mudanças no relacionamento entre as próprias plataformas e tecnologias – não apenas as pessoas obtêm um cardápio de opções; as mídias também se redescobrem com novas possibilidades de inovação na relação entre elas mesmas. Estes fenômenos são apontados como fruto de uma transmutação tecnológica:

A convergência das mídias é mais do que apenas uma mudança tecnológica. A convergência altera relação entre tecnologias existentes, indústrias, mercados, gêneros e públicos. A convergência altera a lógica pela qual a indústria midiática opera e pela qual os consumidores processam a notícia e o entretenimento. [...] A convergência refere-se a um processo, e não a um ponto final (JENKINS, 2013, p.43).

Não é estranho ao jornalismo, ou ao seu processo criativo, conviver ou ser afetado pelo surgimento de modelos diferenciados para a elaboração, composição e apresentação de seus conteúdos. A tecnologia sempre foi um agente importante para desencadear essas mudanças, levando ao aprimoramento de técnicas jornalísticas, dos produtos disponibilizados para a apuração e da forma como as informações chegam à jornalista. Como aponta Barbosa (2013, p.38), o advento da internet, por exemplo, foi possível trespassar as barreiras da distância física “para que a velocidade de circulação das notícias pudesse superar barreiras geográficas e temporais e chegar até o público, satisfazendo as necessidades de informação da sociedade”. Neste novo meio on-line, segundo Salaverría, García Avilés e Masip (2010), é possível para o jornalista produzir um conteúdo que poderá ser vinculado em múltiplas plataformas, sendo adaptável às linguagens próprias de cada uma delas.

Assim surgem novas terminologias do jornalismo, o chamado jornalismo on-line, também conhecido como webjornalismo e ciberjornalismo (BARBOSA, 2013). Já não existem mais delimitações de tempo ou de espaço para a circulação de informações, abrindo espaços para o surgimento ou a renovação de conceitos como hipertextualidade, multimídia, interatividade e memória.

Em quase 20 anos, os estudos de investigadores de várias partes do mundo têm colaborado para a compreensão da então chamada nova modalidade, com a formulação de conceitos, categorias, definições operacionais, identificação de propriedades, padrões de referência, avaliação dos impactos trazidos para os

processos, para as rotinas profissionais e para os modelos de negócios das empresas informativas, bem como equacionando os desafios colocados para entendê-la à luz das teorias do jornalismo (BARBOSA, 2013, p.39).

Observamos que o jornalismo on-line é um campo em constante estudo, sendo ainda passível de novas explorações teóricas e práticas. Logo, as potencialidades do conteúdo nele vinculado estão abertas à análise, como é o caso da hipótese desta pesquisa: a de que as narrativas jornalísticas presentes em *podcasts*, além de retomar estratégias persuasivas encontradas, por exemplo, no jornalismo literário, também estabelecem, dentro do meio digital no qual estão inseridas, novos artifícios para atrair e cativar seu público.

3 A democratização da informação e seus desdobramentos

Cada vez mais presentes e com temas mais variados, os *podcasts* despontam, nos últimos anos, como um meio de comunicação atraente e acessível, no qual é fornecido espaço e voz, literalmente, para temáticas e grupos subestimados ou inexplorados nas mídias de massa, as consideradas tradicionais. A democratização da informação ganha força neste cenário, além de agregar novas ferramentas, disponibilizadas pelas plataformas on-line, para atrair e fidelizar seu público. Ao mesmo tempo, a maior visibilidade, interesse e aderência do público em relação ao *podcast* demonstra seu impacto e sua importância como narrativa, que é capaz de ecoar, esclarecer e reforçar conceitos forjados e observados dentro da própria sociedade.

Os relatos tornaram-se, desde o final do século passado, uma forma de cura, de libertação dos direitos oprimidos da primeira pessoa, em que a experiência comunicada, de lastro biográfico, acabaria por livrar o sujeito da alienação. A retórica testemunhal, de modelo realista-romântico, proporciona seus efeitos de realidade de modo semelhante à voga oitocentista, pela ênfase no detalhe e na notação insignificante (SERELLE, 2009, p.39).

Notamos, assim, uma clara necessidade de uma análise aprofundada deste novo conteúdo jornalístico, tanto devido à sua potencialidade de alcance e criação de novos métodos, como por se tratar de um ramo ainda recente no cenário brasileiro, carecido de mais estudos voltados para a área. Em um ambiente de convergência tecnológica, tanto o público quanto os produtores de conteúdo se misturam e se unem para produzir e disseminar informações, criando métodos de divulgação originais e inéditos. Para Renó e Renó (2013, p.68), devemos nos preocupar com estudos das novas interfaces geradas neste âmbito convergente, “pois há poucas investigações neste campo, e menos ainda

sobre jornalismo. Simultaneamente a essa carência encontramos uma frequente utilização e migração de meios jornalísticos”, justamente para esses meios inseridos na cibercultura. Segundo esses autores, uma análise voltada para pensar uma interface produtiva e eficiente na produção de reportagens, sendo estas inseridas no campo do jornalismo transmultimídia, tem sua importância justificada: “Somente dessa maneira o jornalismo vai conseguir ocupar um espaço digno no novo cenário da comunicação, onde os donos da informação não são mais os jornalistas e os formatos são imprevisíveis” (RENÓ; RENÓ, 2013, p.69).

4 Podcast: uma ponte entre dois mundos

O nome *podcast* foi cunhado por Adam Curry, responsável por elaborar um método de transmissão de áudio para o reprodutor de mídia desenvolvido pela empresa *Apple*, o *iTunes*. O primeiro a citar a palavra fora de um contexto técnico, no entanto, foi justamente um jornalista: Bem Hammersley, do jornal *The Guardian*. A etimologia do termo vem da junção do prefixo “*pod*”, referente ao nome de um aparelho de mídias digitais, o *iPod*, também produzido pela *Apple*; e o sufixo “*cast*”, oriundo da palavra *broadcast*, em uma tradução livre, significa “transmissão”, sendo associada à difusão aberta e maciça de informações

Para descrever *podcasts*, a associação com programas de rádio é instantânea: muitos associam ambos devido ao fato do *podcast* se tratar de um programa veiculado por áudio. Mesmo que remeta ao mundo do rádio, no entanto, existem diferenças primordiais entre os dois formatos, principalmente devido ao fato do *podcast* ter nascido no âmbito da cibercultura. Em sua narrativa, podemos observar a presença da linguagem radiofônica, como aponta Carvalho (2014). Seu conteúdo, porém, se destoa do rádio por ser feito sob demanda, forte característica presente nos materiais produzidos na internet – o ouvinte pode acessá-lo quando quiser e, ao baixá-lo, pode ouvi-lo no momento em que considerar mais adequado. Sendo assim, o programa não é veiculado em tempo real e não está preso a uma grade horária ou a um horário de transmissão, acessível a qualquer consumidor que tenha acesso à internet.

No que remete às características técnicas relativas ao *podcast*, a principal é o formato pelo qual ele é distribuído, chamado de *podcasting*, um processo midiático que surge diretamente da publicação e transmissão on-line de arquivos de áudio na internet.

Já o *podcast* é transmitido através do *podcasting* e permite o download dos arquivos. Os episódios (como também são chamados os arquivos) ficam salvos no feed do “canal”, podendo ser reproduzidos quando e quantas vezes o ouvinte desejar. Através do programa agregador, o ouvinte é automaticamente informado quando há um novo episódio, possibilitado pela assinatura do feed RSS, que se atualiza sempre que o dispositivo se conecta a internet. Nos smartphones, os programas agregadores (...) são em formato de aplicativos (ASSIS; LUIZ, 2010).

Já utilizado em blogs, o *feed* RSS (*Really Simple Syndication*) foi o mais visado com o surgimento dos *podcasts* e a subsequente necessidade de automatização do acesso ao material em áudio gerada por eles, uma vez que o feed possibilita os downloads instantâneos do conteúdo publicado on-line.

Carvalho (2014) observa o *podcast* como um fenômeno de comunicação que, de acordo com a autora, indica cada vez mais a consolidação do formato como uma alternativa de suporte midiático e, ainda, o crescente amadurecimento dos profissionais atuantes no ramo de *podcast* – os chamados “*podcasters*” – que, não raro, acumulam as funções de produtor, editor e apresentador dos programas. Abordando temas variados e altamente abrangentes, passando desde humor, cinema, jogos, literatura e até assuntos científicos, políticos, educacionais e jornalísticos, os *podcasters* fazem uso de vários elementos que induzem estímulos sensoriais auditivos – outra herança do rádio –, constituídos por quatro elementos: palavra, efeitos sonoros, silêncio e música ou trilha sonora. O primeiro deles, a palavra, “constitui o veículo preferencial para a informação conceitual e transmissão de ideias, por outro lado, cumpre também uma função emocional, traduzindo sentimentos e sensações” (CARVALHO, 2014, p.6), além da importância da forma como são proferidas: “A dicção, o tom, o timbre da voz acentuam determinado tipo de mensagens e sinais” (ORTIZ; MARCHAMALO, 2005, p.64). O silêncio, por sua vez, também é narrativa; mais uma ferramenta para transmitir sensações (ou ressaltar a falta das mesmas) para o ouvinte.

Já os efeitos sonoros consistem em “descrever os ambientes, pintar a paisagem, colocar a cenografia da história, fazer ver com o terceiro olho, o do espírito. Os efeitos vão direto à imaginação do ouvinte” (VIGIL, 2003, p.55). A trilha sonora é realizada através da música, um elemento que interpela junto ao emocional e a memória afetiva dos ouvintes, e pode ser utilizada como marcação do início ou fim do programa, como *background* ao longo do mesmo, como vinheta ou “cortina” sonora, responsável por separar ou distinguir blocos de conteúdo.

Além dos elementos sensoriais auditivos, a pesquisa empírica permeada por este trabalho pretende analisar e comprovar a aproximação entre narrativas jornalísticas construídas pelos *podcasters* e a já observada em formatos como o do jornalismo literário, estudando como ambas operam artifícios narrativos para contar suas histórias e utilizam seus elementos para construir uma relação com seus receptores. Para isso, são apontados como elementos de análise como os depoimentos coletados pelo narrador que, também na função de jornalista, os utiliza para estruturar o fluxo narrativo. É essencialmente por meio deles – de que forma são inseridos, por qual ordem cronológica são apresentados, quais trechos são escolhidos para o relato de determinados acontecimentos já presentes na memória coletiva dos receptores – que se pretende observar quais significações são obtidas pelas narrativas e quais aspectos são observados em suas construções de sentido, realizadas tanto pelo próprio narrador ao longo da sua fala ou do seu texto, quanto entre narradores e seus leitores ou ouvintes. Também através da estruturação deste fluxo narrativo, inserido em uma mídia on-line e com possibilidades transmultimídias tão latentes como as oferecidas ao *podcast*, serão estudadas como os *podcasters* utilizam as novas ferramentas que têm ao seu dispor para construir – ou reinventar – técnicas e estratégias narrativas.

5 O jornalismo “de peito aberto”

Mais de 1.400 *podcasts* estão ativos no Brasil atualmente, segundo o levantamento mais recente⁴. Com pouco mais de uma década desde o primeiro programa brasileiro – segundo Silva (2008, apud ASSIS; LUIZ, 2010), o pioneiro foi o *Digital Minds*, realizado por Danilo Medeiros em 2004 – o enfoque e o surgimento de um número razoável de *podcasts* aconteceu em 2009, após o fenômeno denominado como *podfade* (ASSIS; LUIZ, 2010), quando vários *podcasts*, tanto brasileiros quanto internacionais, foram finalizadas ou cancelados por variadas razões. No Brasil, existe uma notável ausência da influência ou produção de *podcast* por parte de grandes empresas; a maior parte dos programas surgem de iniciativas pessoais e, muitas vezes, abarcando temas não muito abordados em mídias tradicionais, o que promoveu uma rede de suporte para a aproximação e consumo de um modo alternativo de fazer comunicação, antes restritos a setores outrora marginalizados.

⁴ NOTÍCIAS, Divulgador de. **O Áudio na Internet:** Brasil tem mais de 1.400 *podcasts* ativos no país. 2016. Disponível em: <<http://www.dino.com.br/releases/o-audio-na-internet-brasil-tem-mais-de-1400-podcasts-ativos-no-pais-dino890117066131>>. Acesso em: 17 abr. 2017.

Entre os *podcasts* brasileiros, elencamos dois exemplos cujas narrativas dialogam com o jornalismo: “Mamilos”⁵ e “Projeto Humanos”⁶. O primeiro se caracteriza como um dos únicos programas apresentados por duas mulheres, Cris Bartis e Juliana Wallauer, que idealizaram o *podcast* como uma plataforma para uma discussão mais aprofundada, empática e bem-humorada de temas cotidianos – desde acontecimentos políticos até questões de interesse público (como zika, ocupação de escolas e sistema prisional brasileiro, por exemplo) e inerentes à vivência humana (divórcio, filhos, depressão, adoção, etc) – que, até então, são abordados pela mídia de massa ou pelas próprias redes sociais de uma forma rasa ou superficial.

O “Mamilos” foi nomeado desta forma como referência a um vídeo que viralizou na internet em 2011, no qual um adolescente afirma, de forma jocosa, que “mamilos são polêmicos”⁷. O slogan do programa, “Jornalismo de peito aberto”, brinca com o próprio nome do *podcast* e remete a um jornalismo franco, acessível e acolhedor para ouvir todos os lados possíveis de um fato. De acordo com Bartis (2017), jornalista, apresentadora e co-criadora do programa, o intuito é, a cada semana, trazer informação com inteligência, humor, respeito e empatia⁸. Segundo Nóbrega et al. (2015), que analisou o “Mamilos” e a forma como o mesmo exerce o jornalismo, a metodologia para escolher as pautas do programa se estabelece em um tripé: “os temas que mais repercutem nas redes sociais, assuntos sugeridos pelos ouvintes e conteúdos que as apresentadoras se interessam em abordar”, sendo este último associado ou não aos primeiros fatores.

Nóbrega et al. (2015) procede afirmando que o conteúdo disponibilizado pelo “Mamilos” pode ser considerado jornalístico:

Concluimos, então, que o “Mamilos” desempenha o papel jornalístico, muito embora em uma plataforma diferente das tradicionais: o *podcast*. A disposição em aprofundar notícias lidas ou transmitidas de maneira superficial, a honesta oferta de informações que abarquem o máximo de imparcialidade possível, ainda que seguidas de registros opiniosos, são características do gênero jornalístico. Constatamos que, em concordância ao CEJB⁹, as apresentadoras transmitem a informação de maneira adequada, o que possibilita à sociedade a construção do conhecimento sadio. Em destaque, o “Mamilos” se posiciona a favor dos direitos expressos na Declaração Universal dos Direitos Humanos, o que é *sine qua non* para a execução do jornalismo (NÓBREGA et al., 2015).

⁵ Disponível em: <

⁶ Disponível em: <[⁷ Disponível em: <](http://projetohumanos.com.br/>. Acesso em: 18 abr. 2017.</p>
</div>
<div data-bbox=)

⁸ Disponível em: <[⁹ Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros.](https://www.linkedin.com/in/crisbartis/>. Acesso em: 17 abr. 2017.</p>
</div>
<div data-bbox=)

Observamos, então, que é possível que o jornalismo encontre novas vias de expressão na plataforma on-line dos *podcasts*.

6 Resgate de memórias

Seguiremos para o outro exemplo de programa, o “Projeto Humanos”, que se caracteriza como o objeto empírico da pesquisa que este artigo se propõe a discutir. Sob o slogan de “Histórias reais sobre pessoas reais”, o *podcast*, segundo seu próprio criador e narrador, Ivan Mizanzuk (2017), é “dedicado ao registro e resgate de narrativas individuais, buscando mostrar que mesmo os atos humanos mais banais reservam enormes riquezas”¹⁰.

O projeto concluiu recentemente sua terceira temporada, com a quarta prevista para ir ao ar em agosto de 2017, seguindo o formato de *storytelling* dentro de uma plataforma digital de áudio. E é na forma escolhida para narrar seu conteúdo que encontramos um dos ganchos com o jornalismo; como proposto por Cunha e Mantello (2014, p.61), “a narratividade aproxima o jornalismo da literatura [...]. Ao adotar a técnica do *storytelling*, o jornalista (*storyteller*) assume o papel de narrador e organiza os fatos em sequência”.

O foco da pesquisa é a primeira temporada, que começou a ser transmitida em agosto de 2015. Intitulada “As filhas da guerra”, a temporada narra a história de Lili Jaffe, judia nascida na Iugoslávia que, além de passar pelas mazelas da perseguição durante Segunda Guerra Mundial, sobreviveu o campo de concentração de Auschwitz e, posteriormente, escreveu um diário através das memórias de sua vivência durante deste período.

Ao longo de cinco episódios, os ouvintes mergulham na história de Lili, desde lembranças de sua família, passando pelos conflitos, fugas e violências da guerra, a sobrevivência a Auschwitz e a reconstrução de sua vida e legado no Brasil. Além de depoimentos da própria Lili e seu diário, o narrador utiliza seus próprios artifícios para conduzir a narrativa e conta com os relatos de suas filhas e de especialistas, como o curador do Museu do Holocausto de Curitiba. O potencial de *podcasts*, especialmente os que fazem uso do *storytelling*, é grande, como argumenta Barbosa (2015) ao concluir que o este método de narração aponta a potencialidade de produções que unam tanto o aspecto

¹⁰ MIZANZUK, Ivan. “Projeto Humanos”. Disponível em: <<http://projetohumanos.com.br/>>. Acesso em: 18 abr. 2017.

da credibilidade do jornalismo quanto o de denotar modos criativos para gerar um engajamento no público-alvo da narrativa.

Um dos artifícios utilizado por Mizanzuki para gerar este engajamento é a leitura de trechos do diário escrito por Lili Jaffe. Passagens em primeira pessoa, como é o caso deste exemplo, são observados em conteúdos jornalísticos principalmente devido à guinada subjetiva na área, que teve seu início na década de 1970, dando “voz, por meio do testemunho, àqueles até então excluídos dos discursos majoritários” (SERELLE, 2009, p.39). Para Sarlo (2007), o uso de primeira pessoa nos relatos legitima-se quando se trata da declaração de uma experiência traumática em situações-limite, ou seja, vivida durante guerras ou regimes totalitários; ambos abrangem o caso de Lili.

Os relatos tornaram-se, desde o final do século passado, uma forma de cura, de libertação dos direitos oprimidos da primeira pessoa, em que a experiência comunicada, de lastro biográfico, acabaria por livrar o sujeito da alienação. A retórica testemunhal, de modelo realista-romântico, proporciona seus efeitos de realidade de modo semelhante à voga oitocentista, pela ênfase no detalhe e na notação insignificante (SERELLE, 2009).

Posto isso, admitimos que as narrativas presentes no “Projeto Humanos” não somente divulgam determinadas informações através de relatos e depoimentos, como, por intermédio destes, também revivem, reforçam, recuperam e (re)constroem memórias e significações junto ao seu público. Podemos considerar a narrativa como o “guardião do tempo, como definido por Ricoeur (1997), capaz de impedir acontecimentos de cair no esquecimento. Além do valor informativo característico do jornalismo, a intenção que movimenta as narrativas inseridas na primeira temporada do *podcast* também faz uso de elementos subjetivos e estéticos, tornando-as “híbridas”. Como colocado por Motta (2013), narrativas midiáticas podem se caracterizar como híbridas quando necessitam convencer e seduzir seu consumidor, evocando seu senso de real e imaginário, envolvendo-o e provocando determinados efeitos de sentido. A hipótese é que estas narrações utilizam-se de dois tipos de estratégias: as semelhantes às observadas em formatos como o do jornalismo literário; e as construídas a partir das plataformas disponíveis no meio transmídia no qual o *podcast* está inserido. Além de identificar as primeiras, pretendemos detectar e relacionar as últimas, compreendendo como são utilizadas para induzir e evocar determinadas reações, recordações, sensações e sentimentos nos ouvintes.

7 Conclusão

A pesquisa abordada neste artigo tem como finalidade, então, de analisar o conteúdo das narrativas da primeira temporada *podcast* “Projeto Humanos”, a fim de apontar as como as estratégias presentes em materiais jornalísticos, que fogem da impessoalidade dos relatos, é capaz de atrair interessados em seu conteúdo e, não só isso, também fidelizá-los e cativá-los, oferecendo, além da objetividade e veracidade, também toques de subjetividades e “emocionalidades”. Existe a oportunidade, por meio de novas plataformas (como a virtual dos *podcasts*) de não só reviver e dar novo sentido à produção jornalística e às recordações do seu público, mas como também elaborar métodos narrativos originais, oriundos de plataformas transmultimídias, destinados à conquista do ouvinte.

É através da análise de narrativas que saberemos, então, as melhores maneiras de expressá-las e quais são seus potenciais, especialmente na era da convergência dos meios de comunicação; compreenderemos melhor a sociedade e a cultura nas quais estão inseridas; de que forma se articulam com as práticas humanas e suas vivências, sentidos, relações com o real e o irreal.

Em uma era em que muitos afirmam que a rapidez do fluxo de informações e as tecnologias estão causando um distanciamento, não só entre o consumidor do jornalismo e o apelo das notícias, mas também entre o próprio jornalista e os acontecimentos que pretende narrar, a proposta de pesquisa apresentada neste artigo argumenta que os novos meios de comunicação apresentam a oportunidade de renovar a paixão por contar histórias e de se produzir um jornalismo e estratégias narrativas que vão além da objetividade. Dantas (1998), ao definir os jornalistas, coloca que o constante fascínio pela busca, pela descoberta e história ainda não narrada é algo inerente e que alimenta a alma desses profissionais versados na arte de questionar. Em meio à renovação de memórias, à construção de uma nova cultura midiática e aos significados que transitam com cada vez mais agilidade, as questões persistem – almejamos, então, começar a respondê-las.

REFERÊNCIAS

ASSIS, Pablo de. LUIZ, Lúcio. **O Podcast no Brasil e no Mundo: um caminho para distribuição de mídias digitais.** Anais do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom, Caxias do Sul, 2010.

BARBOSA, Isabela Cabral. **Jornalismo narrativo em podcast: uma análise da linguagem, da mídia e do cenário.** 2015. 71 f. Trabalho de conclusão de curso - Curso de Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2015.

BARBOSA, Suzana. Jornalismo convergente e continuum multimídia na quinta geração do jornalismo nas redes digitais. In: CANAVILHAS, João (Org.). **Notícias e Mobilidade: O jornalismo, na era dos dispositivos móveis**. Covilhã: Livros Labcom, 2013. p. 33-54.

BARTIS, Cris. **Co-criadora do podcast “Mamilos”**. Disponível em: <<https://www.linkedin.com/in/crisbartis/>>. Acesso em: 17 abr. 2017.

BIRD, Elizabeth; DARDENNE, Robert. Mito, registo e estórias: explorando as qualidades narrativas das notícias. In: TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo: Questões, teorias e estórias**. Lisboa: Vega, 1993. p. 263-277.

CARVALHO, Paula Marques de. **Processo de Criação de Podcast: Análise dos Recursos Criativos do Nerdcast**. Anais do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom, Foz do Iguaçu, 2014.

CUNHA, Karenine Miracelly Rocha da; MANTELLO, Paulo Francisco. Era uma vez a notícia: Storytelling como técnica de redação de textos jornalísticos. **Comunicação Midiática**, Bauru, v. 9, n. 2, p.56-67, maio/agosto 2014.

DANTAS, Audálio (org.). **Repórteres**. São Paulo: Senac, 1998.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2013.

MIZANZUK, Ivan. **“Projeto Humanos”**. Disponível em: <<http://projetohumanos.com.br/>>. Acesso em: 18 abr. 2017.

MOTTA, Luiz Gonzaga. **Análise crítica da narrativa**. Brasília: Universidade de Brasília, 2013.

NÓBREGA, Zulmira et al. *Podcast “Mamilos”: Uma nova forma de fazer jornalismo?*. In: SIMPÓSIO INTERNACIONAL SOBRE JORNALISMO EM AMBIENTES MULTIPLATAFORMA, 2., 2015, João Pessoa. **Jornalismo em Ambientes Multiplataforma**. João Pessoa: Coleção Âncora Jornalismo, 2015. p. 296 - 319.

NOTÍCIAS, Divulgador de. **O Áudio na Internet: Brasil tem mais de 1.400 podcasts ativos no país**. 2016. Disponível em: <<http://www.dino.com.br/releases/o-audio-na-internet-brasil-tem-mais-de-1400-podcasts-ativos-no-pais-dino890117066131>>. Acesso em: 17 abr. 2017.

ORTIZ, Miguel Ángel, MARCHAMALO, Jesús. **Técnicas de Comunicação pelo Rádio. A Prática Radiofônica**. São Paulo: Edições Loyola, 2005.

PEREIRA JÚNIOR, Luiz Costa. **A apuração da notícia: métodos de investigação na imprensa**. Petrópolis: Vozes, 2006.

RENÓ, Denis; RENÓ, Luciana. Linguagens e interfaces para o jornalismo transmídia. In: CANAVILHAS, João (Org.). **Notícias e Mobilidade: O Jornalismo na Era dos Dispositivos Móveis**. Covilhã: Livros Labcom, 2013. p. 55-70.

RICOEUR, **Tempo e Narrativa: Tomo III**. Campinas: Papirus, 1997.

SALAVERRÍA R.; GARCÍA AVILÉS. J.A.; MASIP P.M. “Concepto de Convergencia Periodística”. In: LÓPEZ GARCÍA, X.; PEREIRA FARIÑA, X. **Convergencia Digital. Reconfiguración de los Medios de Comunicación en España**. Santiago de Compostela: Universidade de Santiago de Compostela, 2010. p. 41-64.

SARLO, Beatriz. **Tempo passado**: Cultura da memória e guinada subjetiva. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

SERELLE, Marcio. Jornalismo e guinada subjetiva. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Santa Catarina, v. 2, p.33-44, jun./dez. 2009.

SODRÉ, Muniz. **A Narração do Fato**: Notas para uma teoria do acontecimento. Petrópolis: Vozes, 2009. 288 p.

VIGIL, José Ignacio López. **Manual Urgente para Radialistas Apaixonados**. São Paulo: Paulinas, 2003.