
A Volta do Narrador¹

Márcia DETONI²
Faculdade Cásper Líbero, São Paulo, SP

Resumo

No ensaio “O narrador: considerações sobre a obra de Nikolai Leskov”, publicado em 1936, o filósofo alemão Walter Benjamin apontou o desaparecimento da figura do contador de histórias na sociedade contemporânea. Curiosamente, 80 anos depois, observamos um movimento contrário, de resgate das narrativas pessoais no rádio e na internet, o que tem levado a um renovado interesse pelo formato storytelling nos Estados Unidos e na Europa. Produtores de conteúdo em áudio começam, aos poucos, a abrir mais espaço para histórias de anônimos cujas vivências revelam sabedoria, surpreendem, suscitam espanto e reflexão. Este artigo apresenta, por meio de pesquisa bibliográfica e entrevistas com produtores brasileiros, o processo de retomada das narrativas não ficcionais em áudio a partir do modelo americano de contar histórias reais.

Palavras-chave

Narrativa em áudio; podcast; radiojornalismo, documentário, NPR.

Introdução

Ao falar da morte da narrativa em 1936 no ensaio “O narrador: considerações sobre a obra de Nikolai Leskov”, Walter Benjamin constatava, com pesar, que a arte de narrar estava em vias de extinção porque as pessoas naquele início de século já não sabiam mais contar histórias devidamente. “Quando se pede a um grupo que alguém narre alguma coisa, o embaraço se generaliza. É como se estivéssemos privados de uma faculdade que nos parecia segura e inalienável: a faculdade de intercambiar experiências” (1987, p. 197).

O filósofo alemão se referia especificamente à experiência que passa de pessoa a pessoa, às histórias com ensinamento prático ou moral, que foram aperfeiçoadas ao longo dos séculos por camponeses e viajantes. Tais narrativas, segundo Benjamin

¹ Trabalho apresentado no GP Rádio e Mídia Sonora, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (ECA-USP) com pós-doutoramento na mesma instituição. Professora de Jornalismo e Radiojornalismo na Faculdade Cásper Líbero e na Universidade Presbiteriana Mackenzie em São Paulo – SP.

(1987, p.200), tinham uma dimensão utilitária, um conselho sábio, que se perdeu com o tempo. “A arte de narrar está definindo porque a sabedoria – o lado épico da verdade – está em extinção”.

O filósofo atribuiu o declínio da narrativa ao surgimento do romance no início da Modernidade e à difusão do jornalismo. O romance, segundo ele, dissociou-se da tradição oral; sua origem é o sujeito isolado, aquele que não mais recebe nem passa ensinamentos. Já a imprensa limita-se a detalhar e explicar fatos novos; é pobre em histórias surpreendentes.

Nas décadas de 1930 e 1940, era da consolidação do rádio como veículo de massa, pioneiros no rádio britânico motivados por um desejo de transformação social buscaram romper com a fria pauta jornalística e incorporar ao rádio vozes do cotidiano. Mesmo com muitas dificuldades técnicas e até restrições editoriais, esses contemporâneos de Benjamin saíram a campo com gravadores rudimentares para ouvir e compartilhar a sabedoria das ruas. Pessoas comuns passaram, aos poucos, a colorir o rádio britânico - dominado pelas elites burguesa e aristocrática - com suas vivências, sotaques e expressões coloquiais. Surgiram então as primeiras peças radiofônicas com vozes e sons coletados fora do estúdio e apresentados com alguma estrutura dramática. Essas peças não ficcionais foram denominadas documentários. Os temas estavam fora do noticiário e o objetivo não era meramente informar, mas sensibilizar, revelar, compartilhar uma experiência, mudar a percepção sobre algo (ATKINSON, 2015; MADSEN, 2013).

A necessidade de informação rápida, nova, quente, levou, no entanto, ao crescimento de programas jornalísticos e à redução dos espaços criativos. O jornalismo objetivo e a ideia de um rádio dinâmico, com notícias e peças curtas, apontavam, no final da década de 1990, para um único prognóstico: a morte do gênero documental, com suas montagens longas e sofisticadas. Foi quando Ira Glass e sua equipe na rádio pública de Chicago, nos EUA, ressuscitaram a figura do contador de histórias que transmite um saber no programa semanal *This American Life* (TAL). O sucesso foi contagiante. Transmitido pela rede americana *National Public Radio* (NPR), TAL tornou-se um dos programas radiofônicos mais ouvidos dos EUA e, com crescente

audiência na internet, conseguiu mostrar ao às emissoras de rádio que histórias reais - curtas ou longas - quando instigantes e bem contadas, conquistam o ouvinte.

O sucesso da série investigativa *Serial*, desenvolvida por produtores do TAL em 2014, também revelou o alcance do podcast e sua capacidade de atrair receitas publicitárias. *Serial* virou um podcast narrativo independente, estimulando iniciativas semelhantes em todo o país. O investimento publicitário em podcasts nos EUA em 2017 chegou a US\$ 314 milhões, um aumento de 86% em relação ao ano anterior (IAB, 2018). Na Europa, grupos privados, atentos às mudanças no consumo de informação e entretenimento, também aumentam os investimentos em áudio. O grupo espanhol *Prisa Radio*, presente em 12 países de fala hispânica e nos EUA, criou em 2016 a plataforma *Podium Podcast* para oferecer “produtos pensados exclusivamente para a internet³ com novas narrativas radiofônicas que cuidam do som e apostam na qualidade” (PODIUM PODCAST, 2019, s/p).

No Brasil, seguindo a tendência do *The Washington Post* e de outros impressos americanos e europeus, o jornal Folha de S.Paulo e a revista Piauí iniciaram em 2018 a disponibilização de podcasts em seus sites, reconhecendo o novo potencial do áudio. A Folha produziu “Os Presidentes”, inspirada na série “*The Presidents*” do WP sobre os ocupantes da Casa Branca, enquanto a Piauí lançou um bate-papo sobre política nacional. As duas iniciativas alertaram a grande mídia para a força do podcast. Na pegada do impresso, emissoras de rádio brasileiras, como a CBN e a BandNews FM, também passaram a disponibilizar conteúdos exclusivos no formato.

Embora o podcast tenha deslanchado no Brasil em estilo mesa de bar - uma roda de conversa sobre temas variado, alguns brasileiros já se arriscam, com graus diversos de sucesso, a abraçar o storytelling em áudio, entre eles Ivan Mizanzuk, que criou, em 2015, o podcast “Projeto Humanos” inspirado nos documentários narrativos da NPR. Sua mais recente série, “O Caso Evandro”, lançada em outubro de 2018, obteve mais de 3,5 milhões de downloads (GIANNINI, 2019, s/p).

Este artigo registra as iniciativas no rádio americano de difusão de histórias reais contadas por pessoas comuns e de resgate da figura do narrador que partilha sabedoria.

³ A plataforma passou a disponibilizar também material produzido por emissoras da rede e por outros parceiros

Destaca, também, os esforços de alguns produtores americanos e brasileiros que desafiam os conceitos tradicionais de linguagem radiofônica e de radiojornalismo para aperfeiçoar a arte de contar histórias em áudio. O texto tem por base levantamento bibliográfico e entrevistas com produtores de rádio e podcasters realizadas pela autora entre 2017 e 2018 para a pesquisa de pós-doutoramento “O documentário no rádio: desenvolvimento histórico e tendências atuais” (DETONI, 2018).

1. NPR, celeiro criativo

Diferentemente da Inglaterra, onde o rádio e a TV nasceram públicos nos anos 1920, nos EUA a radiodifusão cresceu privada, com algumas pequenas emissoras educativas e comunitárias oferecendo uma programação cultural elitizada. O campo não comercial estava basicamente ligado a universidades e organizações comunitárias ou religiosas; não havia uma corporação nacional de serviço público. A criação da *National Public Radio*, em 1971, com fundos federais, reuniu as emissoras educativas em uma grande rede sem alterar o caráter local de cada uma delas⁴.

A NPR começou a produzir programas de amplitude nacional e grande interesse público, distribuídos, inicialmente, por fitas magnéticas e, depois, via satélite e internet. Também passou a promover o intercâmbio de conteúdo entre as afiliadas e abriu espaço para produções independentes (DETONI, 2015). Sua chegada refletia o clima social e cultural da época. Desde as grandes manifestações de 1968, jovens, afrodescendentes e mulheres pediam um novo mundo, mais livre, justo, igualitário, tolerante e pacífico. A missão original da rede era abrir as ondas eletromagnéticas a grupos sub-representados na mídia comercial, especialmente minorias, mulheres e moradores de regiões fora das grandes áreas metropolitanas. O documento de fundação foi enfático ao declarar que a NPR não via a audiência como mercado, mas como “indivíduos curiosos e complexos que buscam entendimento, significado e alegria na experiência humana” (TRAMSON, 2015, s/p).

No final da década de 1970, a NPR já estava transmitindo uma grande variedade de documentários e montagens criativas. Os produtores trabalhavam sem regras, assumindo riscos. Mas cortes no orçamento na década de 1980 levaram a

⁴ Para saber mais sobre a rede pública americana confira “Mídia Pública na Sociedade da Informação”, desta autora, publicado pela Editora Mackenzie em 2015.

modificações na linha editorial da rede, que optou pelo jornalismo. Os espaços para inovação e criatividade foram drasticamente reduzidos.

Na primavera de 1983, a NPR encontrou-se com uma dívida de US\$ 9 milhões e respondeu demitindo um terço dos funcionários, inclusive Keith Talbot, o homem cujo trabalho era encontrar novas maneiras de produzir radiodocumentários. Keith descobriu Joe Frank, Ira Glass, Larry Massett, Jay Allison e muitos outros. Mas ele foi demitido, seus programas foram cancelados. O diretor de Notícia e Informação da NPR, Robert Siegel, anunciou na convenção para produtores independentes em Airlee que *All Things Considered* não mais transmitiria *The Trip to the Dentist* de Larry Massett, ou seja, não haveria mais espaço para brincar. A NPR iria se tornar uma organização jornalística de respeito como a BBC. E assim foi. (CARRIER, 2014, s/p)

Em *The Trip to the Dentist* (a ida ao dentista), Massett narra, em 1981, seu próprio medo de ir ao dentista. O produtor mescla comentários pessoais sobre o temor da broca e da anestesia com diálogos gravados no consultório entre ele e o dentista. Há vozes, música, eco, efeitos especiais, som dos equipamentos em ação. Um deleite sonoro. Pura arte⁵. Mas não haveria mais dinheiro nem espaço para assuntos fora da pauta jornalística. Produções sobre temas tão cotidianos, presentes até então na NPR, eram impensáveis na BBC.

Alguns radialistas americanos conseguem, no entanto, manter a criatividade propondo peças sobre questões sociais. Foi o caso de David Isay, produtor de vários documentários premiados tanto pela relevância como pela sonoridade. Um dos mais elogiados é *Ghetto Life 101* (Vida no Gueto 101), transmitido pela NPR em 1993. Isay deu gravadores a dois adolescentes negros para que registrassem o cotidiano deles na periferia de Chicago. Os meninos entrevistaram parentes, amigos, vizinhos e gravaram os próprios passos e opiniões durante dez dias. Isay mixou o material com música e som ambiente num documentário de 30 minutos que chama a atenção para a terrível condição das crianças negras e periféricas.

A candura nos diários de Jones e Newman colocou os ouvintes frente a frente com um retrato da pobreza e do perigo e seus efeitos sobre a infância em um dos piores conjuntos habitacionais de Chicago. Como veteranos de Guerra do Vietnã em corpo de adolescentes, Jones e Newman descrevem a verdade amarga sobre o som de metralhadoras à noite e os efeitos de um fluorescente

⁵ Confira em <https://hearingvoices.com/webwork/massett/index.html>

mundo das drogas sobre a comunidade. (PUBLIC RADIO EXCHANGE, 2005, s/p)

Ghetto Life 101 tornou-se um dos mais aclamados documentários na história da rádio pública americana, conquistando quase todos os grandes prêmios dados a produções radiofônicas. O documentário também ganhou o Prix Itália e foi traduzido para mais de uma dezena de idiomas⁶.

A ideia de deixar que os americanos gravassem suas próprias histórias contagiou outros produtores, entre eles Joe Richman, que, em 1996, distribuiu gravadores a adolescentes em várias partes do país. A série *Teenage Diaries* (diários de adolescentes) foi transmitida pela NPR e levou à criação, naquele mesmo ano, de uma organização não lucrativa dedicada exclusivamente a histórias narradas por americanos comuns, a *Radio Diaries*. A proposta de Richman é apenas editar o material gravado pelos personagens, sem qualquer intervenção de um narrador:

Não há nada errado com a narração roteirizada. A escrita ajuda a dar significado. É útil, eficiente e divertida. Mas, em *Radio Diaries*, nós geralmente contamos histórias sem isso. O rádio é bom em criar uma conexão direta e íntima entre quem fala e a audiência. É por isso que os ouvintes se identificam fortemente com o repórter ou apresentador. Se, em vez disso, você quiser que eles se identifiquem e se conectem com o seu personagem, ajuda [se você] ficar fora do caminho. (RICHMAN, ALLISON, 2016, p.7)

As histórias produzidas pela equipe de Richman, com doações da Fundação Ford e de agentes públicos e privados, vêm sendo transmitidas há 20 anos pela NPR e pela BBC e já ganhou os maiores prêmios do radiojornalismo americano⁷.

1.1 A redescoberta do *storytelling*

Em um movimento contrário ao das montagens sem narração no estúdio, formato em voga nos anos 1990, um jovem produtor da Rádio Pública de Chicago fará história no rádio americano ao resgatar o script nos documentários e a figura do apresentador. Em 1995, Ira Glass colocou no ar, aos fins de semana, um programa

⁶ Confira em <https://www.thirdcoastfestival.org/feature/ghetto-life-101>

⁷ Confira em <http://apps.npr.org/teenage-diaries/>

de uma hora de duração com relatos de pessoas comuns sobre acontecimentos que marcaram suas vidas, em um desafio bem-sucedido à aposta da NPR no Jornalismo.

Há mais de mais de 20 anos no ar, *This American Life* (TAL) elege a cada semana um tema diferente apresentado em três ou quatro atos com diferentes histórias relacionadas a ele. Mixando narração, entrevistas, sons e música, o programa ganhou todos os grandes prêmios do rádio nos EUA. Hoje é transmitido por mais de 500 emissoras da rede pública e está entre os podcasts mais ouvidos no país, com uma média de 2,4 milhões de downloads por episódio (THIS AMERICAN LIFE, 2017).

Apesar da presença de vários elementos sonoros, os relatos são fortemente centrados na narração, retomando a máxima do inglês Laurence Gilliam, criador do Departamento de Especiais da BBC na década de 1930: “os programas escritos com caneta são melhores que os escritos com o gravador” (MADSEN, 2013, p. 131). O script é meticulosamente redigido e elaborado e privilegia a palavra sobre os demais sons. A diferença é que o narrador, agora, se coloca como um contador de histórias. Não tem mais a impessoalidade solene da “voz de Deus”, nem a postura objetiva do repórter.

O formato *storytelling* de Ira Glass, que o produtor classifica como jornalismo narrativo - termo bastante adequado à proposta jornalística da NPR -, seleciona, no entanto, um tipo de história específica: aquela em que o protagonista enfrenta uma situação de superação e transformação. O requisito é ter um arco dramático. O programa adota a famosa estrutura dos contos mitológicos e parábolas descrita pelo escritor americano Joseph Campbell como “a jornada do herói”, ou seja, aquela em que os protagonistas enfrentam os obstáculos e descobrem, no processo, uma verdade que é revelada ao mundo no final do relato. O TAL investe nas histórias com dimensão utilitária, com sabedoria, seguindo à risca a descrição de narrativa de Benjamin.

O sucesso do TAL incentivou vários produtores americanos e europeus a relatarem histórias reais usando um narrador/contador de histórias. A diferença é que nem todos usam a estrutura da jornada do herói ou encontram histórias reveladoras.

2. O boom do podcast narrativo

As narrativas não ficcionais em áudio vivem atualmente uma nova era de ouro nos EUA graças ao impulso recebido das tecnologias digitais. A popularização da banda larga e dos smartphones levou a um crescimento exponencial dos programas *on demand* nos últimos anos. Embora a distribuição de áudios pela internet por meio do *feed* RSS exista desde 2004, foi só em 2014 que o mundo começou a notar o potencial do podcast. O marco desse movimento foi o sucesso estrondoso de *Serial*, série produzida em forma de radiodocumentário pela produtora Sarah Koenig, do programa *This American Life*.

A primeira temporada, com 12 episódios semanais de cerca de uma hora, investigou o assassinato, em 1999, de uma estudante de Maryland por seu namorado, descendente de paquistaneses. O rapaz, condenado pelo crime, nega. Koenig reabriu o caso, ouvindo os envolvidos. A investigação, embora conte uma história real com muitos detalhes e desdobramentos, não chegou a ser aprovada como tema do *This American Life* porque não tinha o critério exigido: a fórmula da jornada do herói. Foi por isso que Koenig e Ira Glass resolveram oferecê-la como um produto independente em podcast.

A série tornou-se um sucesso mundial, com 300 milhões de downloads no mundo todo em quatro anos (THIS AMERICAN LIFE, 2018). A mídia internacional, inclusive a brasileira, registrou o fenômeno. “*Serial*” arrecadou cerca de US\$ 10 milhões de dólares com publicidade em cada uma das duas primeiras temporadas (DÓRIA, 2015) e seu sucesso em podcast apontou um nicho na internet para formatos que encontravam resistência no rádio linear, mas que, ao oferecer uma audição flexível, encontram novos fãs.

Quando *This American Life* foi ao ar em 1995, levamos quatro anos para atingir um milhão de ouvintes. Em 2014, nosso produto *Serial* atingiu isso em quatro semanas. O programa da NPR “*Invisibilia*” chegou lá ainda mais rápido: mais de dois milhões de ouvintes por episódio em quatro semanas. E, à medida que as pessoas encontram esses shows na internet, os números crescem. (GLASS, 2016, p. IX)

Apostando na força do jornalismo narrativo, o escritor e jornalista peruano Daniel Alarcón, residente nos EUA, lançou em 2011 a produtora Rádio Ambulante para contar histórias latino-americanas. Na primeira temporada de podcasts, Radio

Ambulante teve 7 mil downloads. No ano seguinte, as audições subiram para 70 mil e, em 2016, chegaram a 1 milhão e 500 mil.

O sucesso e a qualidade dos documentários produzidos pela equipe de Alarcón chamaram a atenção da BBC Mundo, que os disponibiliza em seu site desde 2013. A NPR passou a distribuí-los na plataforma digital em 2016 para os 50 milhões de falantes de espanhol nos EUA. Versões em inglês também são transmitidas em programas da emissora. Radio Ambulante busca histórias cativantes, inusitadas, apresentadas com riqueza de sons, dentro da tradição documental da NPR.

Buscamos histórias que não sejam manchete de jornais, mas pano de fundo humano dessas notícias. Trabalhamos com rigor jornalístico, mas com uma sensibilidade essencialmente narrativa. Queremos entreter, comover e surpreender nossos ouvintes. Queremos complicar a visão deles sobre a América Latina (ALARCÓN apud ALVAREZ, 2013, s/p).

As histórias da Rádio Ambulantes são contadas em primeira pessoa ou por um narrador no estúdio que relata a experiência com o auxílio de som ambiente e sonoras que colorem o quadro com imagens vividas dos acontecimentos.

3. A valorização da voz

O sucesso de público das narrativas não ficcionais tem levado a várias experiências com a figura do narrador. Histórias voltaram a ser contadas na primeira pessoa só com o uso da voz, sem o auxílio de qualquer outro recurso sonoro. Uma das primeiras experiências no formato foi o quadro *This I Believe*, (nisso eu acredito) criado pela organização não lucrativa American Public Media (APM), de Jay Allison, em 2005. São ensaios com cinco minutos de duração escritos e lidos por pessoas dos mais diversos segmentos sociais sobre os valores que guiam suas vidas.

Acreditamos na arte da história, no poder do som e da palavra falada e no uso criativo de nossas ferramentas – rádio e internet – para fazer conexões entre pessoas, superar defesas e preconceitos do passado e criar um sentimento de vizinhança entre todos que ouvem (APM, s/p, s/d).

O TIB é distribuído à rede nacional pela plataforma digital Public Radio Exchange (PRX) e transmitido pela NPR. Já coletou mais de 125 mil ensaios arquivados no site. Os mais significativos são divulgados em áudio e em livros de coletânea. O projeto baseou-se em uma série radiofônica de mesmo nome bastante

popular nos anos 1950 apresentada pelo aclamado jornalista Edward Murrow na CBS (APM, s/p, s/d).

A APM também ajudou a lançar, em 2009, o *The Moth Radio Hour* (a hora do rádio da mariposa), programa semanal de uma hora produzido por Jay Allison e pela PRX. O programa apresenta histórias reais contadas em um palco por um convidado comum ou famoso. Ele relata sua experiência sem uso de script ou de qualquer anotação. As histórias, com durações variadas, são reunidas depois em uma colagem que registra apenas a voz do protagonista e as reações da plateia: risadas, murmúrios e aplausos. Não há qualquer música ou efeito sonoro.

O *The Moth* existe desde 1997, quando foi gravado pela primeira vez na varanda da casa do poeta, escritor e produtor George Green, no estado da Geórgia, sob o revoar das mariposas atraídas pela luz. O programa foi levado para Nova York e, aos poucos, chegou aos teatros e à rede pública. Com o sucesso da proposta, o *The Moth*, assim como o TIB, tornou-se uma organização sem fins lucrativos, levantando fundos por meio de doações, eventos, livros de coletâneas e venda de canecas, camisetas, bonés e outros produtos.

As novas tecnologias permitiram também novos projetos de registros de história oral, um formato desenvolvido nos EUA principalmente pelo radialista e historiador Studs Terkel a partir de 1967. David Isay, famoso pelos documentários narrados pelos próprios protagonistas, desenvolve hoje o maior projeto nessa área, o “*Story Corps*”, cuja missão é coletar histórias reais de americanos das mais diversas formações e crenças e disponibiliza-las em áudio e em texto. O objetivo, segundo o projeto, é promover uma cultura de conexão entre as pessoas e criar um mundo mais justo e compassivo (STORY CORPS, 2018)

Em 2003, Isay instalou uma cabine de gravação na Estação Central de Nova York para coletar depoimentos de pessoas comuns sobre temas que afetam suas vidas. O projeto cresceu, com instalação de cabines em Washington, Atlanta, São Francisco e Chicago. Em 2015, o projeto lançou um aplicativo para a gravação por meio do celular. Para participar, o interessado deve convidar alguém para uma conversa de 40 minutos sobre o tema que desejar.

Todos os registros são mantidos na biblioteca do Congresso americano, e uma seleção, editada pela equipe de Isay, é transmitida semanalmente em programas

da NPR. Livros com a coletânea das melhores histórias entraram na lista dos mais vendidos do jornal *The New York Times*.

Story Corps recebeu os maiores prêmios de mídia dos EUA e incentivou o desenvolvimento do *Listening Project* na Grã-Bretanha. A BBC Radio 4, em parceria com emissoras locais, passou a convidar as pessoas a gravarem uma conversa com um parente ou amigo próximo. O diálogo, com até uma hora de duração sobre tema de livre escolha, é editado para transmissão no rádio, mas mantido na íntegra no arquivo da Biblioteca Britânica. Com duração de cinco minutos, os depoimentos levados ao ar formam uma imagem da vida e dos relacionamentos atuais na Grã-Bretanha (THE LISTENING PROJECT, 2018).

4. Narrativas brasileiras

A popularização do áudio na internet abriu um novo e importante canal de distribuição para produtores brasileiros interessados em relatos não ficcionais. Inspirados pelos podcasts narrativos americanos, jovens de diferentes áreas profissionais passaram a experimentar com o formato, em uma iniciativa não remunerada que parte unicamente do desejo de expressão.

Um dos primeiros a produzir podcasts narrativos de forma regular foi o escritor, doutor em tecnologia e professor universitário na área de Design, Arquitetura e Comunicação, Ivan Mizanzuk. Podcaster desde 2011, quando estreou o programa semanal AntiCast (bate-papo sobre política, história e arte), e fã dos radiodocumentários da NPR, especialmente os produzidos pelo *This American Life*, Mizanzuk iniciou em 2015, em Curitiba, o Projeto Humanos⁸, um podcast com “histórias reais, sobre pessoas reais”.

Como o formato exige tempo de produção, Mizanzuk planejou usar o esquema de temporadas – a exemplo de *Serial*. A primeira produção, “As Filhas da Guerra”, conta, em cinco episódios de 30 a 70 minutos, a história de Lili Jaffe, uma judia iugoslava sobrevivente do Holocausto. Em 2016, Mizanzuk apresentou a segunda temporada, “O Coração do Mundo”, com 14 episódios de 70 a 110 minutos. A série relata experiências de brasileiros e refugiados envolvidos em conflitos recentes no Oriente Médio.

⁸ Confira em <https://www.projetohumanos.com.br/>

No final de 2016, O Projeto Humanos disponibilizou a terceira temporada, “O Que Faz um Herói?”, com seis histórias de bravura envolvendo pessoas comuns. Em outubro 2018, Mizanzuk lançou seu projeto mais ousado, “O Caso Evandro”, uma serialização em cerca de 30 episódios de cerca de uma hora cada sobre o assassinato de um menino de seis anos no Paraná que teria sido sacrificado num ritual satânico. O podcast, inspirado em *Serial*, foi oferecido também no site da rede de rádios CBN e virou notícia na grande mídia pelo sucesso de audiência: “Com mais de 3,5 milhões de downloads, a quarta temporada do “Projeto Humanos”, podcast de Ivan Mizanzuk sobre história, política e arte, transformou-se recentemente em um fenômeno popular na internet”, comentou o site do jornal O Globo (GIANNINI, 2019, s/p).

Apaixonado por narrativas em áudio, o curitibano tem treinado jovens interessados em storytelling. Um deles é Diogo Braga, que criou, em 2015, o “O diário do Menestrel”⁹ para contar histórias reais de forma mais intimista e, em 2016, iniciou o “Casos e Causos”¹⁰, que reúne também histórias ficcionais. Braga trabalha como arquiteto e o interesse pelo áudio nasceu de uma necessidade de expressão criativa.

“Tive contato com estes tipos de formatos com podcasts americanos: o *True Story*, que conta histórias de pessoas desconhecidas através da indução de uma dinâmica de grupo, elas se reúnem e começam a conversar, o que acaba resultando em histórias interessantes; o *The Truth*, que, como seu próprio slogan diz, possui a intensão de ser “um cinema para os ouvidos”, são histórias autorais e fictícias contadas com muita dramatização; e o podcast *99% Invisible*, do Roman Mars, que conta histórias invisíveis que existem no design e na arquitetura do mundo.”¹¹

Outro podcast narrativo dedicado a histórias comuns é “Ninguém:人間”¹², de Mau Hernandez, criado em 2015. O produtor mora em Tóquio e retrata a vida cotidiana de japoneses e seus descendentes em episódios de 25 a 30 minutos. As peças mesclam narração, trechos de entrevistas, som ambiente, músicas e gravações da interação do entrevistador com os personagens. Um exemplo das histórias escolhidas por Hernandez é “Internet de Papel”¹³ sobre um grupo de voluntários que trocam cartas com presidiários brasileiros no Japão para ajudá-los com informação e atenção.

⁹ Confira em <https://diariodomenestrel.wordpress.com/author/diariodomenestrel/>

¹⁰ Confira em <https://mundopodcast.com.br/casosecausos/16-pro-matre/>

¹¹ Entrevista concedida por e-mail em 15/12/2017

¹² Confira em <https://podtail.com/podcast/ninguem/>

¹³ Confirma em <https://podtail.com/podcast/ninguem/-5-internet-de-papel/>

Percebe-se na narrativa uma clara influência do storytelling americano. Mau não tem formação profissional em áudio. É doutor em matemática, trabalha com finanças e aprendeu a contar histórias através de cursos online, livros e ouvindo podcasts como *Re:sound*, *Startup*, *Planet Money*, *99% Invisible* e *Reply All*¹⁴.

Um grande empecilho à narrativa documental no Brasil é o esforço necessário para a realização de entrevistas, coleta de sons e edição. Uma pesquisa realizada por esta autora entre os anos 2017 e 2018 com profissionais do Rio de Janeiro e de São Paulo dedicados a contar histórias reais de forma criativa mostram que as emissoras de rádio relutam em liberar seus profissionais da cobertura diária para a produção de documentários ou reportagens especiais¹⁵. É preciso uma dedicação extra, fora do horário habitual de trabalho, para realizar a produção (DETONI, 2018). No caso dos podcasters independentes, os episódios são feitos paralelamente a outras atividades porque ainda não há um retorno financeiro.

O rádio brasileiro - público ou comercial – lida com poucos recursos financeiros e humanos, o que limita a possibilidade de inovação. Há também uma enorme lacuna no intercâmbio de experiências radiofônicas com outros países tanto pela precariedade das condições de trabalho – muitos profissionais atuam em mais de um emprego - quanto pelas barreiras idiomáticas. Há pelo menos 20 anos, a internet possibilita o acesso a transmissões internacionais, mas a maioria dos produtores ouvidos na pesquisa mencionada acima diz ter abraçado o formato documental por intuição ou por influência do cinema e da TV. Observa-se, na verdade, a falta de referências acústicas que estimulem uma produção mais criativa (DETONI, 2018).

5. Considerações Finais

O sucesso de audiência dos podcasts narrativos nos EUA mostra a importância da mídia pública para o bem social e a inovação. Experiências exitosas como *This American Life*, *Serial*, *Radio Diaries* e *Story Corps* só foram possíveis pela existência de uma mídia não comercial que acolhe talentos e valoriza a inventividade. A NPR é

¹⁴ Entrevista concedida por e-mail em 17/02/2018.

¹⁵ Foram ouvidos Irineu Guerrini Jr., Júlio de Paula, Liliam Zarembo, Marilu Cabañas, Daniela Stefano, Carolina Ercolin, Caetano Cury e Filomena Salemmé

celeiro de belas produções em áudio que seriam impensáveis no rádio comercial. A rede pública americana cumpre importante missão ao oferecer jornalismo equilibrado e plural, aberto a novas pautas e dimensões estéticas. Com narrativas distintas, suas produções documentais levam informação, reflexão, crescimento e emoção ao público.

Mais baratas e ágeis que a TV e o cinema, as narrativas em áudio podem oferecer originalidade, relevância e variedade cultural. É por isso que o podcast, ao propor alternativas à pauta restrita do jornalismo tradicional ou às vozes dominantes, encontra uma audiência crescente. Há um leque de possibilidades narrativas e acústicas que o produtor conectado ao seu tempo e às aspirações sociais pode dispor para pensar peças reveladoras e inspiradoras.

No Brasil, ainda estamos engatinhando no formato storytelling, nem todos os projetos narrativos conseguem estabelecer um arco dramático claro e envolvente, mas as sementes plantadas por Mizanuk e os jovens brasileiros fãs de podcasts narrativos americanos podem germinar. O recente sucesso de “O Caso Evandro” mostra que há público também em português para boas histórias.

Referências bibliográficas

ÁLVAREZ, Hernando. Bienvenida Radio Ambulante. *BBC Mundo*. 18.4.2013. Disponível em: http://www.bbc.co.uk/blogs/mundo/blog_de_los_editores/2013/04/bienvenida_radio_ambulante.html. Acesso em: 26.06.18.

APM. <https://www.americanpublicmedia.org/>

ATKINSON, Peter. *The Sons and heirs of something particular: The Smiths' Manchester aesthetic, 1982-1987*. In: FRANKLIN, Ieuan, CHIGNELL, Hugh, SKOOG, Kritin. *Regional Aesthetics: Mapping UK Media Cultures*. Bournemouth: Bournemouth University, 2015.

BENJAMIN, Walter. *Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura*. São Paulo: Brasiliense, 1987.

CARRIER, Scott. *A Brief History of Documentary Forms*. 03.04.2014. Transom. Disponível em: <https://transom.org/2014/brief-history-of-documentary-forms/>. Acesso em 04.05.2018.

DETONI, Márcia. *Mídia pública na sociedade da informação*. São Paulo: Editora Mackenzie, 2015.

_____. *O documentário no rádio: desenvolvimento histórico e tendências atuais*. Pesquisa de pós-doutoramento apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Meios e Processos Audiovisuais da Escola de Comunicações e Artes (ECA-USP). 2018.

GIANNINI, Alessandro. “Caso Evandro”, podcast que virou febre com investigação de crime, vai virar série e livro. *O Globo* (online). 4.6.2019. Disponível em: [https://oglobo.globo.com/cultura/caso-evandro-podcast-que- virou-febre-com-investigacao-de-crime-vai- virar-serie-livro-1-23715387](https://oglobo.globo.com/cultura/caso-evandro-podcast-que-virou-febre-com-investigacao-de-crime-vai- virar-serie-livro-1-23715387). Acesso em: 25.06.2019.

DÓRIA, Pedro. O *Boom* dos Podcasts. *O Estado de S. Paulo* (online), 15.4.2015. Disponível em: http://www.aesp.org.br/noticias_view_det.php?idNoticia=17086. Acesso em 23.01.2017.

GLASS, Ira. *Foreword by Ira Glass*. In: ABEL, Jessica. *Out on the wire: the storytelling secrets of the New Masters of radio*. Nova York: Broadway Books, 2016.

IAB. *U.S. podcast ad revenues reached landmark \$314 million in 2017, marking 86% growth year-over-year, according to IAB & PwC Research*. 11.06.2018. Disponível em: <https://www.iab.com/news/us-podcast-ad-revenues-2017/>. Acesso em 04/07/2018.

MADSEN, Virginia. *Your ears are a portal to another world*. In: LOVIGLIO, Jason; HILMES, Michele. *Radio’s new wave: global sound in a digital era*. Nova York e Londres: Routledge, 2013.

PODIUM PODCAST. 2019. Disponível em: <https://www.podiumpodcast.com>. Acesso em 26/06/2019

PROJETO HUMANOS. 2019. Disponível em: <https://www.projetohumanos.com.br>. Acesso em 26/06/2019

PUBLIC RADIO EXCHANGE (PRX). *Ghetto Life 101*. 2005. Disponível em: <https://beta.prx.org/stories/1510> Acesso em 22/04/2017.

RICHMAN, Joe; ALLISON, Jay. *Radio Diaries: DIY Handbook*. Nova York: Radio Diaries, 2016.

STORY CORPS. 2018. Disponível em: <https://storycorps.org>. Acesso em 25.06.2018.

THE LISTENING PROJETO. 2018. Disponível em: <https://www.bbc.co.uk/programmes/b0801113>. Acesso em 25.06.2018.

THIS AMERICAN LIFE. 2018. Disponível em: <https://www.thisamericanlife.org/about/our-other-shows>. Acesso em: 19/06/2018