

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO – UFMA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS, SAÚDE E TECNOLOGIA – CCSST
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO – PPGCOM**

WELLINGTON BORGES DA SILVA

A ARTE DE CONQUISTAR O OUVINTE
Estratégias narrativas em *podcasts* na era da economia da atenção

IMPERATRIZ – MA
2025

WELLINGTON BORGES DA SILVA

A ARTE DE CONQUISTAR O OUVINTE
Estratégias narrativas em *podcasts* na era da economia da atenção

Trabalho apresentado à Banca de
Dissertação como requisito parcial para a
obtenção do grau de Mestre em
Comunicação.

Linha de Pesquisa 1: Tecnologia, Estética e
Produtos Midiáticos

Orientadora: Prof^ª. Dra. Izani Pibernat
Mustafá

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

FICHA CATALOGRÁFICA

WELLINGTON BORGES DA SILVA

A ARTE DE CONQUISTAR O OUVINTE
Estratégias narrativas em *podcasts* na era da economia da atenção

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Maranhão para obtenção do grau de Mestre em Comunicação.

Aprovado em: _____/_____/_____

Banca examinadora

Profa. Dra. Izani Pibernat Mustafá
Universidade Federal do Maranhão (UFMA/Imperatriz)
(Orientadora)

Profa. Dra. Elaine Javorski Souza
Universidade Federal do Maranhão (UFMA/Imperatriz)
(Membro interno)

Profa. Dra. Luana Viana e Silva
Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP/ Ouro Preto)
(Membro externo)

“Até que os leões tenham seus próprios historiadores, as histórias de caça continuarão a glorificar o caçador”.

Provérbio africano.

AGRADECIMENTOS

Às mulheres que narraram as histórias aqui analisadas e ajudaram a recuperar a memória das mulheres vitimadas, Branca Viana e Heloísa Eterna. À Paula Scarpin e Aurélio Aragão, que, assim como Heloísa Eterna, atenderam esse pesquisador iniciante com muita simpatia.

À minha orientadora, Izani Mustafá, pela paciência e generosidade; às professoras Elaine Javorki e Luana Viana, pelas contribuições e inspiração.

Aos colegas pesquisadores de mídia sonora do Grupo de Pesquisa em Rádio e Política no Maranhão, liderado pela professora e pesquisadora Izani Mustafá, e do Grupo de Pesquisa da Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação.

A todos os professores e professoras da Comunicação da Universidade Federal do Maranhão (UFMA), campus Imperatriz, casa que me acolheu nesse sonho de me tornar pesquisador.

A todos os colegas de turma, pela parceria, que tornaram esses dois anos mais leves.

Ao amigo e grande pesquisador Jhonnatan Oliveira, e à minha companheira de jornalismo, de pesquisa e de vida, Nayara Cristina, minha sincera e eterna gratidão.

Resumo

Este trabalho visa identificar quais estratégias narrativas são adotadas pelos *podcasts Praia dos Ossos* e *O caso, Últimos Passos* para despertar e manter a atenção dos ouvintes. Levamos em conta que tais *podcasts* precisam se sobressair no cenário da economia da atenção¹, em que há grande quantidade de conteúdo competindo pela atenção do público. Como metodologia, propomos uma abordagem multimétodos, tendo como inspiração a Análise Áudioestrutural do *Podcast*) para analisar os conteúdos dentro de categorias como: tipo de narrativa (1ª ou 3ª pessoa); cronologia (episódio segue a ordem histórica ou não); classificação de fontes; uso de trilhas, uso de efeitos sonoros; e uso de ganchos de tensão. Também realizamos entrevistas semiestruturadas com as responsáveis pelas produções. Como hipóteses, consideramos que tais *podcasts*, embora tenham linguagem radiofônica, exploram particularidades de narrativas da ficção, como o adiamento frequente do clímax e dos desfechos, trilhas de suspense, e uso de ganchos para prender a atenção dos ouvintes.

Palavras-chave: *Podcasts* narrativos; Economia da atenção; Escuta atenta; Praia dos Ossos; Últimos Passos.

Abstract

This work aims to identify how narrative podcasts are constructed to attract listeners' attention. To do this, we will analyze the productions *Praia dos Ossos* and *O caso, Últimos Passos*. We take into account that such podcasts need to stand out in the attention economy scenario², in which there is a large amount of content competing for the public's attention. Our objective is to understand what strategies are used to capture attention for long stories narrated in audio. As a methodology, we propose a multi-method approach, inspired by Podcast Audiostructural Analysis to analyze content within categories such as: type of narrative (1st or 3rd person); chronology (episode follows historical order or not); font classification; use of tracks, use of sound effects; and use of tension hooks. We will also conduct semi-structured interviews with those responsible for the productions. As hypotheses, we consider that such podcasts explore the particularities of on-demand listening and use narratives on the edge of fiction, frequently postponing the climax and endings, to capture the attention of listeners.

Keywords: Narrative podcasts; Attention economy; Attentive listening; Praia dos Ossos; Últimos Passos.

¹ Os autores utilizados são: Davenport e Beck (2001) e Bentes (2021).

² Os autores utilizados são: Davenport e Beck (2001) e Bentes (2021).

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Charge sobre o fascínio sobre <i>podcasts</i> de crime	53
Figura 2 – Trabalhos sobre <i>podcasts</i> narrativos por metodologia	60
Figura 3 – Passos da análise	64
Figura 4 – Categorias para a Análise Audioestrutural do <i>Podcast</i>	65
Figura 5 – Folder do <i>Podcast</i> últimos passos	69
Figura 6 – Padrão de estruturação dos episódios	72
Figura 7 – Padrão de estruturação da história	75
Figura 8 – Principais dados obtidos na análise	76
Figura 9 – Folder do <i>podcast</i> “Praia dos Ossos”	79
Figura 10 – Padrão de estruturação dos episódios	85
Figura 11 – Padrão de estruturação da história	92
Figura 12 – Principais dados obtidos em análise	94

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	11
1. DO SURGIMENTO AO BOOM DOS PODCASTS	17
1.1 De que objeto estamos falando? Reflexões sobre como enquadrar o <i>podcast</i>	17
1.2 O RSS, as rádios públicas, a primeira e segunda eras (?) do <i>podcast</i>	21
1.3 O rádio público, <i>Serial</i> e a segunda era (?) dos <i>podcasts</i>	24
1.4 A consolidação do mercado de <i>podcast</i> e a “terceira era (?)”	26
2. DOS ENCONTROS AO REDOR DA FOGUEIRA À COMPLEXIDADE NARRATIVA.....	30
2.1 Narrar é humano	30
2.2 Um estranho familiar na sala: a Era de Ouro do rádio.....	32
2.3 A reportagem, a grande reportagem, o audiodocumentário e mais	35
2.4 A Era de Ouro (?) dos <i>podcasts</i> e a complexidade narrativa	37
2.5 Algo mais complexo	40
3 A ATENÇÃO: DE UMA NECESSIDADE EVOLUTIVA A UMA COMMODITY CAPITALISTA.....	43
3.1 A atenção como uma <i>commodity</i> rara	46
4. O FASCÍNIO PELOS CRIMES REAIS E O RESGATE DA HISTÓRIA DE VÍTIMAS DE FEMINICÍDIO	52
4.1 O <i>true crime</i> é mainstream	52
4.2 O resgate da história e da memória de mulheres vítimas de feminicídio	55
5 PERCURSO METODOLÓGICO E AS ESCOLHAS DE PESQUISA	58
5.1 Na trilha de uma proposta com inspiração caseira	60
5.2 As categorias de análise.....	63
6 A ANÁLISE DE DADOS.....	67
6.1 Sobre os objetos: <i>Praia dos Ossos</i> e <i>O Caso, Últimos Passos</i>	67
6.2 <i>O Caso, Últimos Passos</i>	68
6.2.1 A análise: <i>O Caso, Últimos Passos</i>	68
6.2.2 Um crime e seu contexto familiar e histórico	69
6.2.3 A cobertura da imprensa e a investigação	72
6.2.4 O fim da história e as principais respostas	74
6.2.5 Contextualização: “Não estamos inventando a roda”	77
6.3 Análise do <i>podcast Praia dos Ossos</i>	79
6.3.1 Episódio 1 – <i>O crime da Praia dos Ossos</i>	80
6.3.2 Episódio 2 – <i>O julgamento</i>	83
6.3.3 Episódio 3 – <i>Ângela</i>	85
6.3.4 Episódio 4 – <i>Três crimes</i>	86
6.3.5 Episódio 5 - <i>A Pantera</i>	87
6.3.6 Episódio 6 – <i>Doca</i>	89
6.3.7 Episódio 7 – <i>Quem ama não mata</i>	91
6.3.8 Episódio 8 – <i>Rua Ângela Diniz</i>	92
6.3.9 Contexto: “A Rádio Novelo só existe por causa do <i>Praia dos Ossos</i> ”.....	94

6.3.10 Aurélio Aragão: o podcast preenche o silêncio	96
7. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	100
7.1 O Caso, Últimos Passos e a desinversão da pirâmide.....	100
7.2 Praia dos Ossos – uma negociação entre a ficção e o jornalismo.....	101
REFERÊNCIAS.....	105
APÊNDICE 1 – ROTEIRO PRÉVIO DE QUESTIONÁRIO PARA PRODUTORAS(ES)	110
APÊNDICE 2 – REGISTROS DAS ENTREVISTAS	111
APÊNDICE 3 – ROTEIRO COMENTADO.....	Error! Bookmark not defined.

INTRODUÇÃO

Desde que o termo *podcast* foi utilizado pela primeira vez, em um artigo no jornal britânico *The Guardian*, em 2004, tais produtos vêm ganhando mais espaço, ampliando a audiência e a importância no cenário midiático. Segundo pesquisa da Associação Brasileira de Podcasters (ABPod), em 2024 o Brasil tinha cerca de 31,94 milhões de ouvintes de *Podcast*, sendo que, do total de ouvintes, 40,23% relataram ouvir podcasts diariamente.

A palavra *podcast* nasce a partir da junção das palavras “*iPod*”, reproduzidor de áudio da empresa *Apple*; e “*broadcast*”, que significa transmissão em inglês (Foschini e Taddei, 2006). Em um primeiro momento, as produções eram amadoras, marcadas pela desintermediação e sem fins lucrativos. Já uma maior audiência, com produções mais profissionais e vários tipos de financiamento foram conquistados pelo *podcast* a partir de 2012. Os dois momentos distintos da produção vêm sendo chamados de “primeira e segunda era dos *podcasts*” (Bonini, 2020). A segunda era é marcada pela profissionalização das produções, pelo advento dos chamados *podcasts* narrativos, e pela entrada de grandes veículos de mídia nesse mercado. É nesse período que estamos vivendo (Bonini, 2020).

Além dessa classificação de Bonini, em duas eras, há ainda a proposta de categorização de Viana e Chagas (2021), de divisão dos *podcasts* em oito eixos estruturais: relato; debate; narrativas da realidade; entrevista; instrutivo; narrativas ficcionais; noticiosos e remediados. Kichinhevsky (2018) denomina os *podcasts* que utilizam narrativas reais como “jornalismo narrativo em *podcasting*”, que traz características como a construção de uma narrativa imersiva; a emergência do narrador, o uso de ganchos e uma apuração exaustiva. Com base nessas definições, vamos tratar aqui os nossos objetos como *podcasts* narrativos.

Considerando o crescimento desses produtos e o avanço da escuta, como destacamos de início, Silva e Chagas (2021, p. 6) citam fatores que podem ter contribuído com esse cenário: “Expansão no uso de *smartphones*, a popularidade das novas plataformas digitais de financiamento coletivo e o crescimento artístico e criativo de uma legião de produtores profissionais de rádio formados no rádio público”. Um dos marcos dessa nova era dos *podcasts* foi a produção americana *Serial*, lançada em outubro de 2014, que, em sua primeira edição, narrou, em 12 episódios, o caso do assassinato da adolescente de descendência coreana Hae Min Lee, em 1999, em Baltimore: “Conquistou audiência, fez sucesso, tornando a tecnologia de distribuição convencional e o *podcasting* um “meio massivo” (Bonini, 2020, p. 25). No Brasil, podemos citar como “herdeiro” desse formato, e que obteve grande sucesso, o Projeto Humanos, especificamente o *podcast O Caso Evandro*, lançado um ano depois, em

2015, pelo jornalista Ivan Mizanzuki.

Consideramos salutar refletir sobre como esses produtos vêm alcançando tanto sucesso justamente em um cenário em que prender a atenção é uma tarefa cada vez mais difícil. Aqui, consideramos a economia da atenção na comunicação (Bentes, 2021; Davenport e Beck, 2001), segundo a qual a atenção das pessoas se torna uma *commodity* rara, que precisa ser conquistada e que possui, inclusive, valor econômico. Para Bentes, “hoje, com um espaço-tempo ainda mais saturado de estímulos visuais e informacionais em paralelo às demandas por um desempenho maquínico 24/7, a atenção se torna um recurso ainda mais escasso e, por sua vez, ainda mais valioso” (Bentes, 2021, p. 196).

Surge, a partir disto, o questionamento que vai nos nortear nesta pesquisa: “Em tempos em que é tão difícil conquistar e manter a atenção, quais são as estratégias que vêm sendo utilizadas para construção dos *Podcasts* narrativos para prender a atenção dos ouvintes?”

Tal questionamento parte também de uma inquietação individual, que, peço licença para contextualizar aqui em primeira pessoa. Como jornalista, atuei como repórter e produtor em quatro emissoras de rádio diferentes de Goiânia (GO), capital do meu estado natal. Embora sempre tenha tido apreço pelas reportagens mais especiais e/ou elaboradas, aprendi no dia a dia que a reportagem de rádio deveria ser curta, sucinta, direta, e não deveria ultrapassar os dois minutos. As “sonoras” dos entrevistados, quando muito, deveriam ter 30 segundos. Assim vem sendo a prática que observo nas emissoras de rádio noticiosas que tenho como hábito ouvir. As reportagens longas, humanizadas e narrativas são a exceção. Com o avanço das redes sociais, com textos e vídeos cada vez mais curtos, prender a atenção do ouvinte/espectador virou um desafio cada vez maior dentro do cenário que passou a ser denominado de “economia da atenção” (Bentes, 2021), o qual consideramos aqui. Ainda assim, dentro desse contexto, *podcasts* narrativos com episódios longos e detalhados vêm furando essa bolha e sendo construídos para conseguir prender a atenção. Digressão feita, essa é a pergunta que nos propomos a tentar responder.

Como recorte, escolhemos os *podcasts Praia dos Ossos*, produzido pela Rádio Novelo³, lançado em 2020, e distribuído no site da produtora e nas plataformas de áudio; e *O Caso, Últimos Passos*, da Criatura Multimídia⁴, distribuído em 2023. A escolha dos objetos se

³ Rádio Novelo. Disponível em: <https://radionovelo.com.br/>. Acesso em 10/11/24.

⁴ Criatura Multimídia. Disponível em: <https://acriatura.com.br/>. Acesso em 10/11/24.

justifica levando em conta que se tratam de duas produções bem representativas do gênero narrativo, e que alcançaram ótima avaliação entre os ouvintes. No agregador de *podcasts* da *Apple*, em janeiro de 2025, ambas alcançaram avaliação de 4,8 estrelas, sendo 5,0 a avaliação máxima. No *Spotify*, *Praia dos Ossos* alcançou avaliação máxima de cinco estrelas, enquanto *Últimos Passos* alcançou 4,7.

Em relação à escolha dos dois objetos, visamos também perceber diferenças e semelhanças na construção de histórias em realidades distintas. Ambas as histórias tratam de crimes reais, sendo que *Praia dos Ossos* relata o feminicídio de Ângela Diniz, ocorrido em 1976, enquanto *O Caso, Últimos Passos* relata a morte de Cláudia Lessin Rodrigues, em 1977. Eles têm em comum ainda a narrativa e a investigação, mas as semelhanças param por aí. Enquanto *Praia dos Ossos* é produzido pela Rádio Novelo, que se consolidou como uma das principais criadoras de *podcasts* do país, a produção de *O Caso, Últimos Passos* foi feita pela Criatura Multimídia, e é a única produção com assinatura da produtora até o momento.

Em seu site oficial, a Rádio Novelo se define como “a maior produtora de *podcasts* com DNA jornalístico do país. Fundada em 2019, no Rio de Janeiro, é responsável por mais de 20 produções entre *podcasts* próprios e para clientes”. A equipe, também listada no site, conta com 16 pessoas, com destaque para a presidenta, Branca Viana, a diretora de criação, Paula Scarpin, a diretora de pesquisa, Flora Thomson-DeVeaux, e o diretor-executivo (à época), Guilherme Alpendre.

Não encontramos o site oficial da Criatura Multimídia, responsável pela produção de *O Caso, Últimos Passos*. No entanto, no site da revista de entrevistas *A Criatura*, que é digital, está listada uma equipe de sete pessoas, com destaque para a diretora-executiva Heloísa Eterna, que também assina a produção e roteiro do *podcast*.

Embora ambos contenham uma avaliação positiva do público, há uma considerável diferença de audiência. *Últimos Passos* registrou, no *Spotify*, em janeiro de 2025, 801 avaliações. *Praia dos Ossos* tem mais de 8 mil. No *YouTube*, que é um agregador de vídeos e não de áudio, o episódio inicial de *Praia dos Ossos* tem, além do áudio, apenas uma imagem estática. Ainda assim, conta com mais de 199 mil visualizações. Já *O Caso, Últimos Passos* não está postado nessa plataforma.

Assim, entendemos que a análise dos dois objetos vai permitir compreender como vem sendo construída a narrativa tanto num *podcast* como *Praia dos Ossos*, que tem por trás uma grande produtora, como em *O Caso, Últimos Passos*, que, como veremos mais adiante, foi construído quase que unicamente pela sua realizadora. As duas produções são ainda representativas de dois momentos distintos na história do *Podcast*. Enquanto uma foi feita

quase “artesanalmente” por sua produtora, característica da chamada primeira era dos *podcasts*, outra já demonstra a entrada de grandes empresas no mercado, marcando o que Bonini (2020) aponta como as duas eras do *podcast*.

Para compreender essa construção, vamos nos valer de entrevistas semiestruturadas com as produtoras desses *podcasts*, além de analisá-los por meio de categorias como tipo de narrativa (1ª ou 3ª pessoa); cronologia (episódio segue a ordem histórica ou não); classificação de fontes; uso de trilhas; uso de efeitos sonoros; e uso de ganchos de tensão, sendo que algumas estão propostas na Análise de Áudio Estrutural do *Podcast*, que prevê a experimentação de métodos quantitativos e qualitativos para a observação desse objeto.

Ao mesmo tempo em que nos atende para os objetivos desta pesquisa, buscamos valorizar um trabalho feito “fora dos grandes centros”, por se tratar de uma inovação proposta na dissertação de mestrado da pesquisadora Nascimento (2022), sob orientação da professora Dra. Roseane Arcanjo e coorientação da professora Dra. Izani Mustafá. A pesquisa foi realizada dentro do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM) da Universidade Federal do Maranhão (UFMA), campus Imperatriz.

Como hipótese, consideramos que a produção de *podcasts* narrativos, embora tenham linguagem radiofônica, não se inspira na reportagem de rádio, mas utilizam elementos da ficção serializada para contar histórias reais, fugindo da formalidade narrativa do jornalismo e buscando a atenção do público por meio de enredos e técnicas presentes em narrativas ficcionais contemporâneas, como trilhas de suspense, uso de ganchos no decorrer do episódio e o adiamento dos pontos fundamentais da história.

Nosso objetivo, portanto, é analisar quais são as estratégias de produção dos *podcasts* narrativos com a intenção de prender a atenção. Para chegar até ele, precisamos, antes, remontar a cronologia do fenômeno dos *podcasts*, desde as primeiras produções amadoras, até o início das produções narrativas e mais elaboradas, na chamada segunda era dos *podcasts* (Bonini, 2020). Propomos-nos ainda a retomar um pouco da história da narrativa, até as formas mais contemporâneas presentes nos *podcasts*. Pretendemos também discutir quais são os fundamentos da atenção, e quais podem ser as estratégias para conquistá-la na chamada era da “economia da atenção”. Em seguida, vamos identificar, por meio da análise dos episódios dos *podcasts* e de entrevistas com produtores, quais elementos textuais e sonoros são utilizados para despertar uma escuta atenta, e categorizar os elementos utilizados para prender a atenção dos ouvintes nos *podcasts* estudados nesta dissertação.

Em um artigo de Estado da Arte sobre *podcasts* narrativos de nossa autoria (Simcom, 2023), com buscas no catálogo de Teses e Dissertações da Coordenação de Aperfeiçoamento

de Pessoal de Nível Superior (CAPES) e na Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD), encontramos 14 trabalhos de mestrado e doutorado sobre *podcasts* narrativos, entre os anos de 2012 e 2023. Desse total, 12 são dissertações e duas são teses de doutorado, o que mostra que, apesar do destaque no cenário da comunicação, tal tema ainda precisa ser mais estudado.

Levamos em conta, além disso, que há uma desigualdade regional nesses estudos, sendo que, dos 14 trabalhos, nove se concentram em universidades da região Sudeste, três no Sul, um no Centro-Oeste e apenas um no Nordeste. A região Norte não tem trabalhos registrados nos catálogos sobre o tema. Por isso, consideramos que é relevante propormos mais pesquisas sobre esse fenômeno da comunicação partindo de outros centros de estudos, como a Universidade Federal do Maranhão (UFMA), campus Imperatriz .

Também acreditamos que mais trabalhos científicos nessa área podem contribuir para compreender melhor essa mídia, e inclusive apontar caminhos para a narrativa jornalística profissional. Com esta pesquisa, esperamos também contribuir com os estudos que estão sendo realizados em grupos de pesquisa e grupos de trabalho da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), da Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor), da Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia (Alcar) e da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós) nas áreas de rádio, mídias sonoras e *podcasts* em andamento no Brasil.

Para isso, pretendemos estruturar nosso trabalho da seguinte forma. No primeiro capítulo, abordamos como enquadrar o fenômeno dos *podcasts*. Para isso, precisamos ainda retomar conceitos consolidados no Brasil, como o rádio expandido (Kischinhevsky, 2017, p. 13-14), que considera que o rádio “extrapola as transmissões em ondas *hertzianas* e transborda para as mídias sociais, o celular, a TV por assinatura, os *sites* de jornais, os portais de música”; e de rádio hipermidiático (Lopez, 2010, p. 140), que define que o rádio “vai além da transmissão em antena, ampliando sua produção através da internet e dos dispositivos de rádio digital, mas que ainda mantém sua raiz no conteúdo sonoro”, até a possibilidade de outras abordagens para o *podcast* atualmente, em vista das particularidades da escuta sob demanda. Em seguida, retomamos a história do surgimento dos *podcasts*, desde as primeiras produções amadoras, até o início das produções narrativas e mais elaboradas, na chamada segunda era dos *podcasts*, e discutimos o cenário atual e a possibilidade de uma nova era.

Na sequência, pretendemos discutir como a narrativa está permeada na história humana, e como o jornalismo, sendo também uma obra do ser humano, é influenciado pela

ficção e por outras formas de narrar. Dessa forma, retomamos desde as primeiras narrativas do rádio até as mais contemporâneas.

No capítulo dois abordamos o cenário da chamada “economia da atenção”, com base nos estudos de Bentes (2021) e Davenport e Beck (2001), já aqui introduzidos. Na sequência, vamos discutir o fascínio pelos *podcasts* de crimes reais abordados por Jauregui e Viana (2022). Também trazemos uma breve discussão sobre a problemática do feminicídio, que é tratada pelos dois *Podcasts* analisados.

No capítulo 5, apresentaremos os *podcasts* escolhidos para este trabalho – *Praia dos Ossos*, da Rádio Novelo; e *Últimos Passos*, da Criatura Multimídia - e faremos a análise dos episódios, juntamente com as considerações colhidas nas entrevistas com produtores dos *Podcast*. Por fim, encerraremos a dissertação com as nossas Considerações Finais, Referências Bibliográficas e Anexos.

1. DO SURGIMENTO AO BOOM DOS PODCASTS

1.1 De que objeto estamos falando? Reflexões sobre como enquadrar o podcast

Quando começamos em 2006, era uma coisa nichada. A pessoa tinha que saber o que era um feed, baixar um arquivo e botar no tocador dela. O 4G abriu para um público maior. E, de 2018 para 2019, o que mudou foi a consciência do mercado. O podcast passou a ser visto como um formato de mídia, o que faz com que mais marcas invistam (Merigo, s/p, 2019).⁵

Quando tratamos do fenômeno dos *podcasts*, estamos realmente nos referindo a algo completamente inovador, ou filiado à tradição da mídia sonora, da linguagem radiofônica? Essa é uma das primeiras reflexões que percebemos necessário fazer ao iniciar este estudo. Para isso, nos propomos a retomar como esses produtos vêm sendo estudados e vistos pela pesquisa no país, desde o seu surgimento.

Percebemos que, na gênese desses trabalhos, pesquisadores como Medeiros (2006) questionaram as características radiofônicas do *podcast*. Ele considerou dois fatores principais que diferenciariam essa mídia da produção convencional do rádio, ligadas aos processos de transmissão e à produção, basicamente devido a características técnicas, e não à linguagem.

Primeiro, porque não irradia ondas hertzianas e não tem fluxo contínuo de transmissão. O conteúdo fica disponível na plataforma digital na internet, mas só pode ser ouvido se houver demanda e o internauta acessá-lo. Segundo, porque a produção do podcast é descentralizada e desvinculada de emissora de radiodifusão AM e FM (Silva; Chagas, 2022, p. 9).

Essa visão inicial, no entanto, foi logo revista com o surgimento de mais estudos que consideram o rádio como um meio de comunicação que ultrapassa as ondas sonoras e transborda para outras mídias. Débora Lopez (2010) apontou que o rádio não se resume às ondas *hertzianas* e “vai além da transmissão em antena, ampliando sua produção através da *internet* e dos dispositivos de rádio digital, mas que ainda mantém sua raiz no conteúdo sonoro.” (Lopez, 2010, p. 31). A autora aponta que não se trata de, como afirmam os mais apocalípticos, uma tecnologia eliminar a anterior, “mas sim de um processo de continuidade, evolução e adaptação às mudanças que se dão tanto em relação à tecnologia quanto à sua inserção na comunidade.” (Lopez, 2010, p. 31).

A reflexão de Débora Lopez (2010) remete ao que foi discutido por Bolter e Grusin

⁵ O GLOBO. **A Era de Ouro dos podcasts**: entenda o boom dos programas de áudio *on line*. O Globo. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/cultura/a-era-de-ouro-dos-podcasts-entenda-boom-dos-programas-de-audio-on-line-23612273>. Acesso em: 10 nov. 2024.

(1999), no conceito de “remediação”, em que eles consideram “um processo de homenagem e rivalidade entre tecnologias de comunicação, tendo em vista que o novo meio incorpora características de seus antecessores, mas também contribui para a atualização destes últimos.” (Bolter; Grusin, 1999, p. 66).

Para os autores, “um meio é aquilo que remedia. É aquilo que se apropria das técnicas, formas e significado social de outros meios de comunicação e procura rivalizar com eles ou remodelá-los em nome da realidade.” (Bolter; Grusin, 1999, p. 66).

Ferraretto e Kischinhevsky (2010) também apontaram que as mídias existentes passaram por processos de assimilação e adaptação de conteúdos. “A TV surge do acréscimo proporcionado pela imagem aos conteúdos radiofônicos. A internet incorpora tudo de todos os meios anteriores.” (Ferraretto; Kischinhevsky, 2010, p. 175). Para os autores, “o rádio, no passado, adapta-se à televisão, fugindo da concorrência pela segmentação do conteúdo e pela alteração do seu *prime time*, que passa da noite para a manhã.” (Ferraretto; Kischinhevsky, 2010, p. 175). Aqui, é preciso destacar que, à frente, traremos novas reflexões de Ferraretto (2023), discutindo sua visão inicial sobre os *podcasts*.

Mais tarde, Kischinhevsky (2016) traz o conceito do “rádio expandido”, justamente considerando que o meio “extrapola as transmissões em ondas hertzianas e transborda para as mídias sociais, o celular, a TV por assinatura, os sites de jornais, os portais de música.” (Kischinhevsky, 2016, p. 279). Ele aponta que a escuta se dá no aparelho tradicional, mas também em telefones celulares, tocadores multimídia, computadores, *notebooks*, *tablets*; pode ocorrer ao vivo ou sob demanda (*podcasting* ou por meio de busca de arquivos em diretórios). “A escuta se dá em múltiplos ambientes e temporalidades, graças a tecnologias digitais que franqueiam também a produção, a edição e a veiculação de áudios a atores sociais antes privados do acesso a meios próprios de comunicação.” (Kischinhevsky, 2016, p. 279).

No entanto, Kischinhevsky (2022) reconhece algumas características próprias que vão se moldando em relação à linguagem do rádio tradicional e da escuta sob demanda. Embora essas diferenças venham sendo notadas no *podcast*, segundo o autor, elas também remontam a outros momentos do rádio.

O rádio vem priorizando a lógica do ao vivo, a estética suja, do erro, da redundância, do discurso que vai sendo construído no improvisado, no ar. No *podcasting*, predomina uma estética mais bem cuidada, até porque muitos *podcasts* são exaustivamente editados, numa perspectiva de montagem aparentada com a do audiovisual. Mas essa lógica do gravado já era comum no rádio hertziano, principalmente no rádio musical, de baixa estimulação. Algumas mudanças vão aos poucos se consolidando, como a supressão de referências temporais ou as repetições de telefones e endereços (Kischinhevsky, 2022, p. 173).

Mais recentemente, outros autores vêm se debruçando sobre essa discussão, a fim de compreender as separações e intersecções entre as formas de consumo de áudio. Gambaro (2021) propõe o termo “Experiência Midiatizada de Escuta (EME)” para definir “o conjunto de ações realizadas pelos indivíduos ao buscar, selecionar, acessar e fruir conteúdo midiático essencialmente sonoro” (Gambaro, 2021, p. 4). Entre as experiências, aponta “a audição de rádio *hertziana* via aparelho de som, automóvel ou telefone celular; o uso do *streaming* dessa emissora e de seus arquivos de áudio *on-demand*; as contas em serviços de *streaming* musical, o *podcast*; a assinatura e o acesso a serviços de distribuição de produções sonoras” (Gambaro, 2021, p. 4). Para o autor, “a prática da escuta deve ser encarada como uma opção de atividade dentre as várias oferecidas ao indivíduo que quer se informar, se entreter ou ter companhia” (Gambaro, 2021, p. 6).

É possível, com base na retomada desses estudos, aferir que a tendência é compreender o aparecimento de novos fenômenos da comunicação como adaptações das formas já existentes a novas realidades. O surgimento da *internet* e a adaptação dos meios tradicionais a ela trouxeram novas possibilidades para a audiência, sobretudo no que diz respeito às escolhas no consumo.

Nesse sentido, outros estudiosos, como Berry (2020), apontam afastamentos do *podcast* em relação ao rádio tradicional. “É verdade que ambos, rádio e *podcasts*, são meios compostos por som; mas este também é o caso dos audiolivros e não pensamos neles como rádio.” (Berry, 2020, p. 201). Ele diz o rádio como um “meio dispersivo”, que ouvimos enquanto executamos outras tarefas, enquanto alguns tipos de *podcast* exigem um nível de escuta atenta.

As modalidades são diferentes. *Podcasting* é muito mais ativo. Os ouvintes fazem muitas escolhas, desde assinar ou seguir um programa, até selecionar quando (e onde) ouvi-lo. Os *podcasts* são um meio para “se jogar” não apenas por causa dessa tomada de decisão, mas por causa da natureza de nicho do conteúdo. (Berry, 2020, p. 201)

O autor também defende que o próprio uso social faz com que o *podcast* se situe em um local diferente em relação a outras mídias.

A grande razão pela qual devemos tratá-los de maneira diferente são as pessoas. Ao chamar *podcasts* de rádio, estamos sugerindo que aqueles que fazem *podcasts* estão, de fato, apenas fazendo rádio. O mesmo meio para o qual eles veem seus trabalhos como uma alternativa. (Berry, 2020, p. 202)

Recentemente, como destacado aqui, Luiz Artur Ferraretto, importante pesquisador da mídia sonora, também apontou reflexões sobre o que o *podcast* pode trazer de novo. Como Berry, ele indicou a necessidade de se considerar o que as pessoas pensam e como conceituam aquilo que consomem. “As pessoas definem o uso dessas coisas, que já aconteceu com o rádio, que no início era sinônimo de sem fio, de *wireless*.” (Ferraretto, informação verbal, 2023).⁶

Ferraretto também destaca o uso da linguagem radiofônica por parte do *podcast*, mas reconhece a novidade trazida pela forma como esse produto é consumido pelo usuário, que passa a ter liberdade e autonomia sobre o como e quando ouvir. “A minha convicção é que pelo uso e pela forma de consumo - não pela forma de produção, que é radiofônica - o *podcast* está se tornando cada vez mais uma instituição social à parte, que vai ter também a sua lógica.” (Ferraretto, informação verbal, 2023).

Com base nessas discussões, consideramos neste trabalho que o nosso objeto de estudo, o *podcast*, é um herdeiro da tradição da linguagem radiofônica, e que vem retomando e atualizando gêneros do rádio, como o do rádio drama, que discutiremos mais à frente. A grande novidade que consideramos é justamente a autonomia que o ouvinte passa a ter com a escuta sob demanda, a possibilidade de consumir o áudio quando e onde quiser, parar e retomar a história, tomar decisões.

Também precisamos definir aqui o nosso objeto em específico: o *podcast* do tipo narrativo, que Kichinhevsky (2018, p. 6) define como jornalismo narrativo em *podcasting*. Segundo ele, esse gênero envolveria apuração exaustiva de informações, reportagens de interesse humano, que mobilizam arquétipos em novas roupagens, numa tática para sensibilizar a audiência e estabelecer vínculos entre ouvintes e personagens representados. Ele destaca que esses produtos “investem na apuração em profundidade, ouvindo extensamente as fontes escolhidas e recorrendo à ilustração destes personagens em diversos momentos dos episódios, sem a restrição de tempo das sonoras usadas” (2018, p. 6).

Chagas e Viana (2021, p. 11) propõem uma categorização do fenômeno dos *podcasts*. Com base nos principais estudos, apresentam a proposta de classificação em: I. Relato: Crônica ou narração particular, de interesse pessoal em temáticas de nicho; II. Debate: Predomina a troca ou exposição de ideias entre participantes com ou sem convidados externos; III. Narrativas da realidade: Contam uma história real utilizando personagens com

⁶ Entrevista concedida por Ferraretto, Luiz Artur ao autor para artigo Reflexões sobre o *podcast* no cenário da mídia sonora, 2023.

enredo marcado por conflitos e arcos narrativos; IV. Entrevista: Realizada pelo(a) host do *podcast* com direcionamento de perguntas a um ou mais convidados; V. Instrutivo: Tem como objetivo desenvolver, aperfeiçoar ou exercitar algo de interesse do ouvinte; VI. Narrativas Ficcionalis: Conta uma história ficcional utilizando personagens, enredo(s) marcado(s) por conflitos e arcos narrativos; VII. Noticiosos: O objetivo é expor e explicar tópicos atuais em um formato curto, ou então com frequências diferentes dessa, como os semanais de análise; e por fim, VIII. Remediados: Oriundos de outras mídias, inseridos na *podosfera* em forma de repositórios.

Consideramos, portanto, o nosso objeto como do tipo III, enquadrando-se em Narrativas da Realidade, pois conta uma história real utilizando personagens com enredo marcado por conflitos e arcos narrativos. Ainda se destacam por uma “apuração em profundidade, na qual o jornalista ouve amplamente as fontes e recorre à ilustração desses personagens várias vezes ao longo da produção” (Chagas e Viana (2021, p. 11). Amparando-nos nesses conceitos, nesta dissertação vamos tratar os nossos dois objetos como *podcasts* narrativos.

A seguir, apresentamos um pouco da história de como chegamos até aqui.

1.2 O RSS, as rádios públicas, a primeira e segunda eras (?) do *podcast*

O Brasil vem se consolidando como um dos maiores mercados de escuta e produção de *podcasts* no mundo. Segundo dados da Statista (2022), mais de 40% dos internautas já são ouvintes desse modelo de mídia, e o país só está atrás da Suécia e da Irlanda em proporção de ouvintes. Essa ascensão pode parecer um fenômeno novo, mas a história dos *podcasts* remonta há, pelo menos, duas décadas. Para entender como chegamos a esse cenário, precisamos retomar alguns movimentos históricos que contribuíram para essa expansão.

Um primeiro marco para a possibilidade da escuta sob demanda é a criação do *Rich Site Summary* ou *Really Simple Syndication* (RSS), ainda no início dos anos 2000, que proporcionou ao usuário fazer uma assinatura de suas canções ou programas na internet, segundo Chagas e Silva (2020).

Em 2003, Dave Winer havia conseguido usar o RSS (*Really Simple Syndication*) de um programa de computador para captar a atualização de todos os arquivos sonoros que estavam disponíveis da internet e haviam sido assinados pelo internauta, sem a necessidade da pessoa ter que acessar cada site. Em outubro de 2004, com a iniciativa de Winer e um script criado por Kevin Marks, Adam Curry ampliou a capacidade do processo. Ele fez com que os conteúdos de áudio, agregados via RSS, fossem transferidos “para o agregador iTunes (que na época

era a única forma de ‘alimentar’ de conteúdo os iPods, populares tocadores de mídia da Apple – o iPhone ainda não havia sido lançado)”. (Chagas; Silva, 2020, p. 8).

O aparelho para escuta de mídia *iPod*, aliás, está na raiz do próprio termo *podcast*. A palavra surge a partir da junção de *iPod e broadcast*, que em inglês significa transmissão, e foi citada pela primeira vez em 2004, pelo jornalista britânico Ben Hammersley, no artigo "*Audible Revolution*", no Jornal *The Guardian* (Silva e Chagas, 2020, p. 2).

Já em abril de 2004, a Rádio 4, serviço público de radiodifusão da rede pública britânica BBC, disponibilizou os episódios do programa de palestras *Reith Lectures* na página da emissora. Foi um sucesso imediato. De acordo com Bonini (2020, p. 9), “em dez semanas, tinham sido baixadas mais de 50 mil vezes”. No mesmo ano, em outubro, outros programas da emissora, como o *In Our Time* e o *Today*, também foram disponibilizados (Bonini, 2020, p. 9). Nota-se, já no início, uma condição material importante para o surgimento do modelo de escuta sob demanda e, posteriormente, para o que se convencionou chamar de “segunda era dos *podcasts*”, da qual trataremos mais à frente, que incluiu a presença das rádios públicas britânicas e dos Estados Unidos.

No Brasil, estimulados por esse movimento, os primeiros *podcasts* são lançados no mesmo ano e nascem intimamente ligados a pessoas que faziam sucesso à época com a publicação de *blogs*. Considera-se um marco o lançamento do *Digital Minds*, por Danilo Medeiros, dono do *blog* com o mesmo nome. A data, inclusive, virou o Dia Nacional do *Podcast* no país, 20 de outubro. Rellstab (2022) aponta que esse pioneirismo “deu início a uma pequena onda de *podcasts* nacionais, a maioria embedados em *blogs* já consolidados, como o *Podcast* do Gui Leite, *Perhappiness* e Código Livre” (Rellstab, 2022, p. 29).

Em entrevista ao *podcast Depois de Horas*, publicada no *YouTube* no Dia Nacional do *Podcast* em 2021, Danilo Medeiros define a criação do *Digital Minds* como uma ação despretensiosa de alguém interessado por comunicação e tecnologia.

Foi uma coisa meio sem querer, mas acabou gravando a história desse começo dos *podcasts*. *Digital Minds* era uma brincadeira pra mim, era um blog, uma coisa assim, e aí eu fui para os Estados Unidos, fiquei um tempinho lá, e aí foi lá que eu descobri essa história dos *podcasts*, e aí me interessei porque eu sou um louco por áudio, sou músico, sempre gostei de rádio. Juntou uma coisa com a outra, né, a tecnologia que eu sempre trabalhei também, também faço programação, sou dessa área de tecnologia, e juntou a fome com a vontade de comer, e aí nasceu o *Digital Minds Podcast*. (Depois de Horas, *on line*, 2021)

Curiosamente, o primeiro *podcast* brasileiro é definido, na entrevista, pelo seu autor

como um “*metapodcast*”. Isso porque o primeiro programa de Danilo Medeiros fala justamente da tentativa de se criar um *podcast*. Ele relata a dificuldade não apenas para produzir, mas também para ouvir os programas pelos quais se interessava.

Comecei a escutar *podcast* e não tinha *iPod* ainda, era no *media player*. Aí a *Apple* lançou o *iPod*, eu comprei o *iPod*, aquele primeiro *iPod* mesmo com HD. Mas também escutava muito no próprio computador, era difícil essa coisa da sincronização, não tinha o que tem hoje (Depois de Horas, *on line*, 2021).

Já em 2005, em Curitiba, no Paraná, foi organizada a primeira edição da Conferência Brasileira de *Podcast* (PodCon Brasil), primeiro evento brasileiro dedicado exclusivamente ao assunto, onde foi criada a Associação Brasileira de *Podcast*. “Contudo, apesar de um suposto promissor crescimento da mídia, ainda em 2005, o que podemos chamar de Era *Podcast* 1.0 esfriou e não foi adiante. Bom, pelo menos até a chegada da segunda década do século XXI.” (Rellstab, 2022, p. 29).

Esse momento, que ficaria conhecido como a primeira era dos *podcasts*, foi marcado, no Brasil, pela desintermediação, pelas produções relativamente amadoras e a pouca presença de grandes empresas e veículos de comunicação de renome. Os primeiros *podcasts*, como apontamos, foram experimentações lançadas por *blogs* independentes da época. Os programas surgiram principalmente da curiosidade de *nerds*, antenados com novidades da comunicação e tecnologia que ocorriam fora do país, como o caso de Danilo Medeiros, citado acima.

Silva e Chagas (2021) confirmam que esse era o cenário. Os *podcasts* foram produzidos de “forma caseira, graças à popularização de *kits* multimídia domésticos e *softwares* de edição de áudio gratuitos por pessoas que gostavam das mídias sonoras ou necessitavam de um repositório digital para armazenar músicas” (Silva e Chagas, 2021, p. 5). Carlos Merigo (2019, *on line*), da B9, que hoje está por trás de *podcasts* como o “mamilos”, também destaca, como trouxemos na introdução deste capítulo.

Quando começamos em 2006, era uma coisa nichada. A pessoa tinha que saber o que era um feed, baixar um arquivo e botar no tocador dela. O 4G abriu para um público maior. E, de 2018 para 2019, o que mudou foi a consciência do mercado. O *podcast* passou a ser visto como um formato de mídia, o que faz com que mais marcas invistam (Merigo, *on line*, 2019).

No entanto, nesse período de transição surge uma condição que é considerada por nós como determinante para a popularização da escuta sob demanda. Até então, como já descrito, a forma mais comum de se ouvir músicas e *podcasts* era no *iPod* ou no *Itunes* do *Iphone*, da *Apple*, o que restringia o acesso a quem não possuía aparelhos da marca. Em 2006, é criado

em Estocolmo, na Suécia, por Daniel Ek e Martin Lorentzon, o *Spotify*, que alcançou grande sucesso imediatamente e se tornaria, já nos anos seguintes, a plataforma mais usada para a escuta de música e mídia sonora.

Em 2007 lança o recurso que o tornou conhecido mundialmente, as playlists compartilhadas, que deram ao usuário a possibilidade de criar uma lista de reprodução de forma social – antecipando uma tendência que viria a se afirmar mais tarde em praticamente todos os serviços *online*. Levou mais um ano para ser lançado em toda a Europa e receber seus primeiros anúncios, e em apenas cinco anos de sua fundação chegou ao mercado americano, quando alcançou 1 milhão de usuários pagantes (Netto; Monarcha, 2018, p. 6).

Essa inovação tecnológica cresceu rapidamente no mundo, no entanto, só chegaria ao Brasil em 2014, oito anos após o seu lançamento e já consolidado na Europa e América do Norte como um tocador extremamente popular. Essa divulgação no país acaba coincidindo com o surgimento de alguns *podcasts* que são apontados, em nosso país, como a mola propulsora para esse novo momento. Estavam dadas as condições para um avanço desse tipo de escuta, como veremos a seguir.

1.3 O rádio público, Serial e a segunda era (?) dos *podcasts*

Após um *boom* inicial a partir de 2004, a audiência dos *podcasts* entrou em declínio, e não há registros acadêmicos de grandes sucessos de audição nesse período. Mas, a partir de 2012, uma combinação de elementos dá o fôlego que transforma o *podcast* no fenômeno que conhecemos hoje. Bonini (2020) destaca, no entanto, que uma combinação de fatores deu fôlego a esse fenômeno quando ele parecia perder o seu apelo de inovação, com destaque para “a expansão no uso de *smartphones*, a popularidade das novas plataformas digitais de financiamento coletivo e o crescimento artístico e criativo de uma legião de produtores profissionais de rádio formados no rádio público” (Bonini, 2020, p. 11). Chama a atenção, e consideramos importante destacar, a relevância do rádio público, na América do Norte e na Europa nesse processo, como um ambiente de experimentação, que não depende, necessariamente, dos resultados de audiência e não precisa aderir a um modelo de reprodução de sucesso, como as rádios comerciais, destaca Bonini (2020).

Este novo mercado é resultado de décadas de investimento do serviço público de mídia num formato narrativo (matérias leves/inusitadas, documentários, contação de histórias em geral) que é custoso de produzir e não tem tanto apelo para quem anuncia no rádio comercial. Sem esses investimentos, a despeito da disponibilidade da tecnologia, não haveria conteúdo para distribuir (Bonini, 2020, p. 14).

A junção desse investimento de décadas em rádios públicas, com profissionais experimentados e habituados a investir em narrativas, com a disponibilidade tecnológica permitiu que esse conteúdo ultrapassasse a fronteira dos nichos. Bonini (2020) considera que o rádio público americano, em seus formatos nacional (NPR) e regionais/locais, produziu programas narrativos que atraíram ouvintes de nicho durante décadas, “mas graças ao *podcasting* e ao uso crescente de *smartphones* e redes sociais, estes se moveram além das fronteiras geográficas das rádios que o veiculavam, passando a ser desfrutados por milhões de pessoas de todo o mundo” (Bonini, 2020, p. 13).

Dentre esses produtores oriundos do rádio público, acostumados a investir em narrativas, cabe destacar Sarah Koeing, apresentadora do *podcast* estadunidense *Serial*, marco da “segunda era dos *podcasts*”, ex-produtora de *This American Life*, programa veiculado em rádios públicas norte-americanas, que está no ar desde 1995.

Serial, ligado ao *The New York Times*, que utilizava uma narrativa envolvente inspirada na ficção para contar a história de crimes reais, é o ponto de partida para a popularização de programas com esse formato. Para Bonini (2020), “conquistou audiência, fez sucesso, tornando a tecnologia de distribuição convencional e o *podcasting* um meio massivo” (Bonini, 2020, p. 25). Barbosa (2015) considera *Serial*:

o primeiro a sair realmente do nicho e alcançar um público *mainstream*. *Serial* inovou no formato obteve a audiência de uma série de TV de sucesso, angariou fãs, chamou a atenção da imprensa – inclusive a tradicional –, movimentou as redes sociais e gerou debates (Barbosa, 2015, p. 7).

No Brasil, o primeiro expoente desse novo momento é o lançamento do *Projeto Humanos*, de Ivan Mizanzuk, em 2015, que também narrou a história de um crime real, conhecido como *Caso Evandro*, e “inovou a estética do *podcast* no Brasil ao adotar, em nível de formato, o estilo radiofônico roteirizado e narrativo, e em nível de conteúdo, a produção resultante do trabalho de pesquisa jornalística sobre histórias reais de pessoas reais” (Silva e Chagas, 2021, p. 12). O *Caso Evandro*, a exemplo de *Serial*, obteve sucesso que ultrapassou as fronteiras do áudio, e foi adaptado para a TV com transmissão em *streaming*, como série.

Outro exemplo de sucesso é a produção *Praia dos Ossos*, um dos nossos objetos de pesquisa, da Rádio Novelo, lançado em 2020, e distribuído no site da produtora e nas plataformas de áudio, que relata o feminicídio da *socialite* brasileira Ângela Diniz, ocorrido em 1976. Aqui, já tratamos de uma grande produção, afiliada a uma empresa de mídia, que aponta para uma das características desse novo momento: a profissionalização dos *podcasts*.

Cabe destacar que essas produções coincidem com o período de consolidação da escuta em *streaming* no país, principalmente do ponto de vista de sustentabilidade financeira, destacam March, Kischinhevsky e Vicente (2017).

O ano de 2015 marcou uma inflexão. Pela primeira vez desde 1999, quando a indústria fonográfica passou a perder faturamento na esteira da ascensão de serviços de P2P como o Napster, houve crescimento nas receitas totais do setor, que chegaram a US\$ 14,8 bilhões, contra US\$ 14,3 bilhões em 2014 – ainda assim, um montante 38,8% inferior ao recorde pré-crise. A recuperação teve continuidade em 2016, graças, sobretudo, ao segmento de streaming (March; Kischinhevsky; Vicente, 2017, p. 18).

A partir do sucesso obtido por essas produções, o *podcast* caminha para se consolidar nos anos seguintes e as gigantes da mídia percebem esse movimento. No Brasil, os grandes veículos de mídia começam então a se atentar para o formato, alerta Rellstab (2022). “Em 2019 que o maior jornal brasileiro, a Folha de São Paulo, conseguiu fazer um programa de grande sucesso de público, com o *Café da Manhã*, um *podcast* de notícias inspirado no *The Daily*, do *The New York Times*.” (Rellstab, 2022, p. 30). No ar até hoje, o *Café da Manhã* tem o formato de informação com dois *hosts* que apresentam os principais temas do dia ou da semana.

O que vemos, a partir disto, é um crescimento cada vez maior desse gênero, com *podcasts* cada vez mais profissionais, atentando para a roteirização e edição cuidadosa, com a presença de grandes veículos e também de estúdios profissionais, culminando com o cenário atual no país, já citado acima, que coloca o Brasil como um dos principais consumidores de *podcasts* no mundo. Essa consolidação parece apontar para um novo momento, ou uma nova “era dos *podcasts*”, que discutiremos a seguir.

1.4 A consolidação do mercado de podcast e a “terceira era (?)”

A análise das métricas em relação à audiência e à quantidade de produções de *podcast* ainda é um desafio no Brasil. Embora se reconheça que há um avanço e crescimento desse formato, há poucas pesquisas recentes para corroborar esses dados. Há ainda a dificuldade trazida pelo cenário da plataformização, no qual as grandes empresas, em que se incluem os *streamings* de *podcasts*, são extremamente fechadas e permitem pouco acesso a dados de audiência. D’Andréa (2020) considera que:

[...] o padrão das mediações *online* hoje são as arquiteturas privadas, opacas e distribuídas das plataformas, que borram os limites entre o que é público e o que é

privado, ou entre o que é de interesse comum e o que é, acima de tudo, um negócio muito lucrativo. (D'Andréa, 2020, p. 22)

Recorremos aqui a algumas pesquisas recentes que apontam a consolidação desse mercado. De acordo com relatório da *Data Reportal 2024*, o Brasil teve um aumento de 36% na produção de *podcasts* de janeiro a setembro de 2023 e de 28% no consumo. Ainda, segundo os dados, os brasileiros escutam uma média de 7,5 horas de *podcasts* por semana. A pesquisa aponta o país como o mercado que mais consome *podcasts* no mundo, com 42,9% de usuários de *internet*, entre 16 e 64 anos, que escutam *podcast* toda semana. Os dados superam os divulgados pela *Statista* (2020), que indicava o Brasil atrás da Suécia e da Irlanda em proporção de ouvintes.

No Brasil, enquanto escrevíamos esse trabalho, a Associação Brasileira de *Podcasts* (ABPod) divulgou a pesquisa “Panorama do *Podcast* no Brasil: Desafios e Oportunidades”, que se define como “o pioneiro e mais importante diagnóstico sobre *podcast* no Brasil”. O levantamento podia ser respondido por formulário, e era voltado para “ouvintes, produtores (associados e não-associados da entidade), entusiastas do *podcast* e *videocast* no Brasil ou brasileiros que vivem no exterior, além de administradores de estúdio e produtoras de audiovisual” (ABpod, 2024).

Segundo a ABPod, “a coleta de dados ocorreu entre julho e agosto de 2024, totalizando 352 respostas válidas, provenientes de 24 das 27 unidades federativas do Brasil. O processo de análise foi realizado em setembro de 2024”. A pesquisa apresenta estimativas como: o Brasil possui cerca de 31,94 milhões de ouvintes de *podcasts*; o *Spotify* é a plataforma preferida para consumo de *podcasts*, com 49,71% de preferência, seguido pelo *YouTube* com 25,57%. Ainda segundo o estudo, 40,23% dos ouvintes escutam *podcasts* diariamente, enquanto 23,56% ouvem mais de uma vez ao dia. Do ponto de vista do conteúdo, notícias (23,79%) e entretenimento (23,07%) são os mais populares, e a maioria 50,43% dos participantes, preferem *podcasts* de 30 a 60 minutos (ABPod, 2024).

Silva e Santos (2020) apontam para um disparo na produção de *podcasts* no Brasil e nos Estados Unidos na última década e meia, com base em dados da VoltData, de 2019.

No total, a produção dos 100 principais *podcasts* brasileiros cresceu em 200 vezes desde 2005, chegando a mais de 3.400 episódios publicados em 2018. Em comparação, os 100 principais *podcasts* nos EUA produziram cerca de 5.800 episódios. (VoltData, *apud* Silva e Santos, 2020, p. 10)

Os autores fazem um levantamento e analisam os *podcasts* mais ouvidos nesses dois

países e chegam à conclusão de que o modelo narrativo, de “séries com números de capítulos predeterminados”, vem sobressaindo entre os estadunidenses, enquanto no Brasil o gênero que se consagrou como o mais popular é “aquele que prioriza o debate entre os apresentadores e eventuais convidados especiais” (Silva e Santos, 2020, p. 13).

Marcando um novo cenário para os *podcasts*, que contrasta com o início desintermediado e amador que relatamos, os autores constataram que, no Brasil, “os grandes grupos são responsáveis por cinco *podcasts* entre os vinte mais populares: *O Assunto* e *Academia CBN* do Grupo Globo, *Pretinho Básico* do Grupo RBS, *Poucas* do UOL, e *Café da Manhã* da parceria Folha de S. Paulo com o *Spotify*”, sendo que outros seis *podcasts* “nasceram como subprodutos de seus sites ou negócios, como é o caso de *Um Milkshake Chamado Wanda* do site Papel Pop, *Não Ouvo* do site Não Salvo, *Primocast* do site O Primo Rico, e *Nerdcast* do site Jovem Nerd” (Silva e Santos, 2020, p. 21).

Com base nesse avanço, os autores classificam os *podcasts* analisados em três gerações, uma a mais que a classificação trazida por Bonini (2020). Eles consideram como representantes dessa terceira era as produções novas, surgidas a partir do ano de 2019, que é considerado por eles “o novo ano de ouro dos *podcasts*, em função do grande crescimento de audiência da mídia e dos altos investimentos realizados por grupos como *Spotify* e Globo” (Silva e Sousa, 2020, p. 10).

Marcelo Kischinhevsky (2024), em seu novo livro, *A Cultura do Podcast: reconfigurações do rádio expandido*, aponta para essa consolidação do *podcast* no cenário da mídia sonora, e destaca que o produto que surgiu com a característica da desintermediação, como apontamos, agora caminha para uma concentração nas plataformas.

Há uma clara dualidade nesse novo cenário: por um lado, a ampliação de oportunidades para novos atores no mercado do áudio; por outro, uma concentração de poderes nas plataformas que acarreta ameaças à diversidade e à pluralidade de vozes, com o direcionamento de audiência crescente para os produtos de conglomerados de comunicação com maior capacidade financeira. (Kischinhevsky, 2024, p. 55)

Com dados que corroboram esse crescimento, Kischinhevsky (2024, p. 55) destaca que, no início de 2024, o *Spotify* já contava com mais de 5 milhões de *podcasts*, e a *Apple* com mais de 2,6 milhões. É preciso levar em conta, no entanto, que nem todos se tratam de programas ainda ativos. “Defendo que estamos numa nova fase do *podcasting*, marcada pela consolidação do mercado, devido à crescente concentração de propriedade de empresas do setor, ainda que o número de shows não pare de crescer.” (Kischinhevsky, 2024, p. 59). Dessa forma, para o autor, o *podcasting* hoje é uma prática radiofônica massiva que está longe do

ideário independente das mídias livres, como apontamos aqui, no início da prática, há duas décadas.

Esse é, portanto, um breve resumo do cenário da produção e consumo dos *podcasts* no país, que segue em plena transformação sobressaindo em um momento de avanço de plataformas de *internet*, e reconfigurando, em alguns aspectos, a forma de narrar, que está intimamente ligada à sociabilidade do ser humano. Sobre as narrativas e o que pode haver de novidade nos *podcasts*, vamos discorrer a seguir.

2. DOS ENCONTROS AO REDOR DA FOGUEIRA À COMPLEXIDADE NARRATIVA

Scheherazade, ao começar o seu relato de mil e uma noites, sabia de duas coisas. A primeira era que o suspense do que aconteceria, em uma história que parecia não ter fim, a manteria viva. A segunda é que o que poderia acontecer na indenção de seu próprio destino, uma história que se passava enquanto outras eram contadas por ela a seu marido adoecido de um ódio vingativo, definiria também sobre sua vida ou morte. Suspense em uma narrativa aberta a um contar que adia o desenlace, que passa lentamente. (Rocha, 2022, p. 1)

2.1 Narrar é humano

Possivelmente, enquanto escrevo essas linhas, milhões de pais e mães ao redor do mundo tentam fazer as suas crianças dormirem ao som de histórias, algumas delas milenares. Contar histórias faz parte da vivência humana, mesmo antes da escrita e ainda mais após ela, como destaca Viana (2023). “Nossos antepassados praticavam tal ação muito antes de se pensar no registro das histórias proporcionado pela arte rupestre e pela escrita.” (Viana, 2023, p. 42). Para a autora, “o homem é um contador de histórias nato. Era em torno da fogueira que as pessoas se reuniam para compartilhar os saberes, as descobertas, as aventuras e as leituras de mundo que os indivíduos faziam” (Viana, 2023, p. 42).

A pesquisadora Patrícia Consciente, ao tratar da criação de ambientes sonoros por meio do som (2022) recorre a Luiz Gonzaga Motta (2005) para destacar que é pela narrativa que conhecemos e compartilhamos o que sabemos do que nos cerca: “a narrativa traduz o conhecimento objetivo e subjetivo do mundo (o conhecimento sobre a natureza física, as relações humanas, as identidades, as crenças, valores e mitos, etc.) em relatos”. (Motta, *apud* Consciente, 2005, p. 2).

O ato de contar histórias para crianças dormirem é um exemplo de como a narrativa, e o drama, estão permeados no dia a dia da sociedade humana há muito tempo, e cada vez mais, ao ponto de Willians (2014, p. 61) apontar para a existência de uma “sociedade dramatizada”.

Para ele, o drama “é construído de forma intrincada com os ritmos do dia a dia. Somente pela televisão é normal que os espectadores - a grande maioria da população - assistam a cerca de três horas de drama por dia, ainda que sejam certamente diversos tipos de drama. E não apenas em um dia, mas quase todos os dias” (2014, p. 61). Mais do que isso, Willians (2014, p. 61) compara: “muitas vezes assistimos a mais representações dramáticas em uma semana do que a maioria das pessoas costumava ver anteriormente ao longo de toda

sua vida”.

O consumo do drama diariamente é também um traço cultural latino-americano estudado por Jesús Martín-Barbero (1997, p. 305), para quem o melodrama e as novelas estão de fato intrincados em nossa formação. “É como se estivesse nele o modo de expressão mais aberto ao de viver e sentir de nossa gente [...] das mestiçagens de que estamos feitos.”.

Com o jornalismo não poderia ser diferente. O profissional é afetado pela forma como a sociedade funciona. Nesse sentido, Oliveira, Silva e Pellinson (2014) destacam que:

o jornalista e, por conseguinte, os resultados de seu trabalho, utilizam-se de um arcabouço cultural; de uma subjetividade que não se circunscreve ao espaço opinativo e interpretativo; de conhecimentos prévios acerca do assunto abordado; de ideologias vinculadas ao meio social e à própria publicação. (Oliveira, Silva e Pellinson, 2014, p. 106)

Aqui consideramos que o jornalista é, portanto, ele próprio, fruto da sociedade dramatizada e vai reproduzi-la também em sua atividade. Oliveira, Silva e Pellinson (2014, p. 117) defendem que, no jornalismo, a “narrativa é regida pela realidade factual diária, mas também pelo imaginário. Por um imaginário compartilhado pelo produtor da notícia e também pelo receptor (num constante dialogismo, configurando este último mais do que um mero receptor: tornando-o um prosumer daquilo que recebe)”.

Novamente Viana, ao citar Traquina (2004, p. 21), destaca que embora a notícia de jornal se distinga do texto literário, nela se encontra o germe de uma narrativa. Ela lembra que o jornalismo é um conjunto de “estórias”, “estórias” da vida, “estórias” das estrelas, “estórias” de triunfo e de tragédia, e questiona: “Será apenas coincidência que os membros da comunidade jornalística se refiram às notícias, a sua principal ocupação como ‘estórias’?” (Traquina *apud* Viana, 2004, p. 21).

Consciente recorre a Borges e à base da narrativa de Aristóteles para destacar alguns elementos fundamentais na arte de narrar, como “peripécia e/ ou reconhecimento e catástrofe, de modo que o ouvinte seja tomado por temor ou piedade. Assim, o ouvinte/ leitor/ espectador será enredado pelo texto” (Borges, 2019, p. 34). Como peripécia se entende a “inversão dos fatos no decorrer dos acontecimentos, ou seja, os acontecimentos ocorrem de maneira contrária à esperada pela personagem” (Machado, 2020, p. 470).

Já o reconhecimento pode ser entendido como a passagem do desconhecido para o conhecido,

ou seja, alguma coisa acontece – que muitas vezes se manifesta em forma de peripécia – e essa ação provocará um reconhecimento a posteriori. Pode aplicar-se a uma determinada situação ou, mesmo, a qualidades, “defeitos” e sentimentos de uma

personagem, sobre a qual, antes, não havia esse conhecimento. (Machado, 2020, p. 470).

Por fim, ela cita a catástrofe, ligada à tragédia e por finais infelizes, que “reflete o instante de desespero do personagem que, consciente do seu erro, age de uma forma terrível, despertando com algum gesto, grande pavor no público” (Campos, *apud* Consciente, 2012, p. 17).

Essa necessidade de contar e ouvir histórias, tão inerente ao ser humano, ganha outros contornos quando a tecnologia passa a permitir que elas sejam transmitidas para milhões de pessoas, ao mesmo tempo, sejam ouvidas por um receptor instalado na sala de casa. No Brasil, o sucesso obtido por essas histórias compartilhadas ganhou um nome marcante: a Era de Ouro de rádio, assunto do qual trataremos brevemente a seguir.

2.2 Um estranho familiar na sala: a Era de Ouro do rádio

Se hoje as narrativas serializadas em áudio, nos *podcasts*, vêm alcançando grande audiência e sucesso, há quase um século elas viveram o seu apogeu, durante a chamada Era de Ouro do rádio brasileiro, em que o aparelho “presença constante nos lares converteu-se em um meio fundamental de informação e entretenimento” (Calabre, 2002, p. 7-8). As histórias, então, deixaram de ser compartilhadas apenas por conhecidos ao redor da fogueira ou da mesa de jantar, e passaram a ser irradiadas por estranhos (bem) familiares, a partir das ondas hertzianas do rádio.

Lopez (2022, p. 29) aponta que o acionamento de histórias cotidianas e de personagens reconhecíveis, nasce antes mesmo do rádio, mas é apropriado por ele em suas produções desde seus primeiros anos, com iniciativas de radioteatro e radionovelas. Para ela, o rádio é, tradicionalmente, um espaço para “contar histórias”. “Os sujeitos, os personagens, a proximidade narrativa sempre foram protagonistas no meio, mesmo antes de sua inserção nas plataformas digitais” (Lopez, 2022, p. 29).

Um marco para esse momento se dá em 1940, quando, depois de voltar dos Estados Unidos, Oduvaldo Viana escreve para a Rádio São Paulo, aquela que é considerada a primeira radionovela nacional: *A predestinada*, que estreou em 1941. No mesmo ano, começa a fazer sucesso na Rádio Nacional *Em busca da Felicidade*, do autor cubano Leandro Blanco, adaptada por Gilberto Martins. O sucesso dessas produções é considerado o marco inaugural da Era de Ouro que viria a seguir (Oliveira, Limeira, Kneipp, 2022, p. 99).

Mas esse não é o único formato a fazer sucesso na época. As narrativas de audiodrama

passaram a borbulhar nas emissoras brasileiras. As radionovelas eram mais voltadas para o público feminino, melodramáticas e filiadas às *soap operas* estadunidenses. Já as séries radiofônicas – ou seriados – pertenciam aos gêneros de aventura e mistério, buscavam prender a atenção do público masculino, mas de modo que mulheres e jovens também apreciassem (Oliveira, Limeira, Kneipp, 2022, p. 100).

Esse período é marcado por diversidade de narrativas e os autores apontam (Oliveira, Limeira, Kneipp, 2022, p. 100) a época como a mais brilhante das séries radiofônicas brasileiras entre 1943 e 1959, com destaque para *As Aventuras do Vingador Jerônimo, o herói do sertão*. As séries que marcaram gerações foram: *O Vingador, Tarzan, O Sombra, Capitão Atlas, Aventuras do Anjo e Jerônimo*. Dessas, apenas as três últimas eram ambientadas no Brasil com heróis e temáticas nacionais (Cardoso, *apud*, Oliveira, Limeira, Kneipp, 1998, p. 4).

Segundo Calabre, “no auge do sucesso do gênero, no final da década de 1940 e início da de 1950, algumas emissoras chegavam a manter diariamente no ar mais de seis radionovelas” (Calabre, 2002, p. 38) e o drama figurava como fundamental na programação, juntamente à música, o jornalismo e os programas de variedades.

Lopez (2022, p. 15), ao citar Ferraretto (2010), também sustenta que “o rádio teve nas peças de ficção uma de suas produções mais importantes na chamada Era de Ouro”, e que essas peças não se resumiam às telenovelas, “mas também do radioteatro, das esquetes, da ficção seriada de modo geral. Paira sobre estas produções um ar de mistério, de encantamento, que deriva de sua estrutura, de sua narrativa, de seu enredo e de seus protagonistas – personagens e produtores”.

Patrícia Consciente (2022, p. 11) destaca que tais produções dramatizadas tinham custos de produção elevados, e “ganharam força em um contexto em que havia grandes investimentos realizados por agências de publicidade, assim como uma busca por realizar cópias das radionovelas e distribuir em todo o Brasil”.

O modelo predominante dessas narrativas, e que posteriormente seria também na TV, precisamos registrar, é aquele que Ismael Xavier (1998, p. 86) define como “prevalente até meados do século XX na mídia”: o melodrama. Para ele, caracterizado por enredo e retórica orientados para tornar visível a moral cristã.

O autor critica a visão de que ao melodrama estaria reservada apenas à organização de um mundo mais simples, “em que os projetos humanos parecem ter a vocação de chegar a termo e o sucesso é produto do mérito e da ajuda da Providência, ao passo que o fracasso resulta de uma conspiração exterior que isenta o sujeito de culpa e o transforma em vítima

radical” (Xavier, 1998, p. 81).

Ele enxerga tais definições como limitadas e destaca que essa narrativa é “flexível, capaz de rápidas adaptações”, que “formaliza um imaginário que busca sempre dar corpo à moral, torná-la visível, quando esta parece ter perdido os seus alicerces” (Xavier, 1998, p. 81). Ao longo do tempo, a própria mudança social redefiniu papéis presentes nessa narrativa. Até meados do século XX na mídia, “com seu enredo e retórica orientados para tornar visível a moral cristã, às vezes ativando paradigmas de renúncia e sacrifício redentor” (Xavier, 1998, p. 81). Com a mudança social e à medida que a sociedade se tornou menos conservadora, o melodrama admitiu “a utilidade do prazer para a vida sadia” (Xavier, 1998, p. 57).

Esse drama longo, claro, é fracionado em episódios. Rocha (2022, p. 7) destaca o papel desse fracionamento da narrativa, da serialização. “A organização em episódios trabalha sobre os registros da duração e do suspense. A duração longa – como na vida – permite este ‘confundir-se com a vida’”.

Pallottini (2012, p. 57), ao tratar da TV, destaca que dividir a narrativa faz total sentido, uma vez que o meio concorre com outros, e com os afazeres do dia a dia. Nós aqui consideramos que a premissa também se aplica para o rádio expandido. Rocha aponta para outro papel da serialização: ela serve como descanso, reflexão, e ainda para que o clímax, para prender ou retomar a atenção. “É com o *break* que os ganchos de tensão podem ser explorados ao máximo, despertando o interesse de quem vê, aumentando a carga dramática das narrativas e dando plena vazão à técnica que foi herdada do folhetim.” (Rocha, 2021 p. 66).

Digressão feita, é somente a chegada da televisão no Brasil, em 1950, e sua posterior popularização, que faz arrefecer o sucesso dessas narrativas em áudio. “Em virtude da migração das verbas publicitárias do rádio para a TV, muitos profissionais acabaram se transferindo de uma mídia para outra.” (Oliveira, Limeira, Kneipp, 2022, p. 97). “Assim, ocorreu o desgaste das ficções radiofônicas, as quais acabaram perdendo espaço nas emissoras de rádio.” (Oliveira, Limeira, Kneipp, 2022, p. 97).

Patrícia Consciente considera, com base em Bruck, que nas décadas seguintes o rádio passou por diversas transformações e por uma “involução estética”, em que buscou o imediatismo e a instantaneidade da informação, assim como a prestação de serviço, e a programação passou a ser formada por palavras prevalecendo sobre os demais recursos de sonorização. (Bruck, *apud* Consciente, 2022, p. 17).

A narrativa seriada passa a ser, nas décadas seguintes, um formato majoritário do vídeo, e as narrativas das radionovelas, apropriadas pelas novelas, que seguem, nas décadas

seguintes, como companheiras inseparáveis do brasileiro. Essa tendência, de predomínio das narrativas em vídeo, só começa a mudar no início dos anos 2000, com o surgimento do fenômeno dos *podcasts*, do qual trataremos mais à frente. Antes, pretendemos discorrer um pouco sobre os gêneros de reportagem em rádio, e das diferenças que consideramos em relação aos *podcasts* narrativos.

2.3 A reportagem, a grande reportagem, o audiodocumentário e mais

Com a chegada da TV, e a migração de novelas, artistas e programas de grande audiência para ela, o rádio perde protagonismo, mas nunca importância. Ele sobrevive ao longo das décadas, com outros formatos, com destaque para o jornalismo. Ferraretto (2014, p. 95-98) aponta para cinco gêneros jornalísticos do rádio contemporâneo, sendo: informativo, interpretativo, opinativo, diversional e utilitário. Já Barbosa Filho (2003) defende os gêneros jornalísticos no rádio por meio dos seguintes formatos: nota, notícia, boletim, reportagem, entrevista, comentário, editorial, crônica, radiojornal, documentário jornalístico, mesas-redondas ou debates, programa policial, programa esportivo e divulgação tecnocientífica.

Carrion e Bochembuzo (2016, p. 2) apontam que, no jornalismo diário de rádio, sobressaem-se formatos mais diretos e breves como as notas, os boletins e as notícias. Como relatado na minha justificativa, essa foi a experiência que eu próprio vivenciei, em pelo menos quatro emissoras de rádio em que atuei, de predominância de notícias, notas e entrevistas. Ferraretto (2014, p. 99) explica que uma notícia produzida para o rádio deve ser clara, precisa e concisa, o que reforça a predominância da brevidade no jornalismo das emissoras.

O que nos interessa aqui, no entanto, é o aprofundamento das histórias. Carrion e Bochembuzo (2016, p. 2) destacam que “existem ocasiões em que o jornalista pode trazer um fato com mais profundidade, característica que nem sempre é possível em uma notícia, que exige apuração e trabalho rápido por parte do repórter. Isso se dá através da reportagem”.

Melo (2003, p. 66) define a reportagem como o relato ampliado de um acontecimento que já repercutiu no organismo social e produziu alterações que são percebidas pela instituição jornalística. Já Lage (1984, p. 56) aponta que “a distância entre reportagem e notícia estabelece-se, na prática, a partir da pauta, isto é, do projeto de texto”.

O estilo da reportagem é menos rígido do que o da notícia: varia com o veículo, o público, o assunto. Podem-se dispor as informações por ordem decrescente de importância, mas também narrar a história, como um conto ou fragmento de romance. (Lage, 1993, p. 47).

Para Borges (2022, p. 57), Lage,

não se esquece de aproximar a reportagem enquanto produto de sua origem mais inspiradora, que é a literatura, reforçando uma tradição de seus ensinamentos em não fazer do Jornalismo uma produção quase insular, negando as versões de pureza absoluta de um discurso que é atravessado por tantos outros.

Com base nessas definições, está claro que, quando tratamos do jornalismo narrativo em *podcasting*, ou *podcasts* narrativos, nos referimos a algo que se aproxima da reportagem, mas que não pode ser definido apenas como uma. Carrion e Bochembuzo (2016, p. 2) apontam que produtos ainda mais elaborados, que denominam de “grande reportagem”, são “uma ampliação da reportagem e requer tempo maior ainda na apuração dos fatos e na elaboração do roteiro por parte do repórter, além de ter uma duração de tempo superior aos outros formatos”.

É utilizada em casos especiais, como uma investigação ou reconstrução de um momento histórico. Pode trazer depoimentos, opiniões, efeitos sonoros e até áudios antigos que auxiliem na compreensão da mensagem a ser transmitida. Por exigir maior atenção na execução e aprofundar os fatos, a grande reportagem não marca presença constante no jornalismo quando comparada aos outros formatos, ficando reservada na maioria das vezes para ocasiões ou programas especiais. (Carrion e Bochembuzo, 2016, p. 2).

Ferraretto (2014, p. 167) explica que a grande reportagem pode aproximar-se do gênero diversional com a exploração da linguagem literária, recursos de sonoplastia abundantes e uma mistura entre jornalismo e dramaturgia. Carrion e Bochembuzo lembram que, outras abordagens, como de Rellstab (2021), apontam que produtos como os *podcasts narrativos* estão mais próximos à lógica do audiovisual que do jornalismo, e utilizam o termo audiodocumentário.

Nesse sentido, Mafra e Padilha (2023) alertam para outra problematização. A duração dos episódios de alguns dos *podcasts* de maior sucesso excede e muito o que é esperado para a rádio.

Segundo os autores, o tempo de duração ideal de uma grande reportagem radiofônica varia entre cinco e dez minutos (na prática de repórter e ouvinte, vivenciei uma duração ainda menor). “Episódios de *podcasts*, sabemos, excedem em muito tal limitação. O mais comum é que tenham entre 40 e 60 minutos. Porém, alguns ultrapassam as duas horas — o que os faz avançar sobre os domínios de outro modelo: o documentário radiofônico.” (Mafra e Padilha, 2023, p. 6).

Ferraretto considera esse um gênero “pouco frequente no rádio do Brasil, que aborda um determinado tema em profundidade”. “Baseia-se em uma pesquisa de dados e de arquivos

sonoros, reconstituindo ou analisando um fato importante. Inclui, ainda, recursos de sonoplastia, envolvendo montagens e elaboração de um roteiro prévio.” (Ferraretto, 2001, p. 57).

Lopez (2022) também considera que “as produções sonoras nativamente digitais oferecem uma liberdade aos produtores até então não vivida, em que produtos seriados podem ter episódios de 40 minutos, uma hora ou quase duas, como ocorrem em “Projeto Humanos – O Caso Evandro”. Ela aponta para uma mudança de hábitos de consumo de áudio reconfigurados e a retomada, neste cenário, de uma certa onipresença da informação e do conteúdo sonoro. “Não se trata do rádio, mas do áudio – longo ou curto, serializado ou unitário, roteirizado ou improvisado, *mainstream* ou independente – que assume protagonismo na ecologia midiática contemporânea.” (Lopez, 2022, p. 124).

Ferraretto (2014) também aponta que não é somente a questão temporal entre o que é reportagem, grande reportagem e audiodocumentário. “Basicamente, há mais produção envolvida no documentário, mais vozes sendo ouvidas e com maior espontaneidade - algo que, nas décadas de 1960 e 1970, era conhecido como pesquisa jornalística.” (Ferraretto, 2014, p. 227).

Kischinhevsky (2017) pondera que o *podcasting* emerge como espaço para a construção de experiências imersivas, no que ele denomina, como já trouxemos aqui, de radiojornalismo narrativo, enquanto Viana (2023) cita algumas características próprias dessas produções, como a queda do nível de redundância comum ao texto radiojornalístico e os ganchos e resumos explicativos inspirados na lógica da ficção seriada.

Diante dessas ponderações, aqui consideramos que os *podcasts* narrativos, por características que envolvem não apenas a duração, mas o próprio aprofundamento, que é possível sem essa amarra do tempo, assim como a inspiração apontada em produtos da ficção, marcam um novo momento do audiodrama. Esse momento traz inspirações dos gêneros jornalísticos aqui abordados, e também das narrativas da era de ouro, mas consideramos que há uma virada na forma de narrar, que surge na TV estadunidense, e que influencia as narrativas atuais também em áudio. Sobre isso, trataremos a seguir.

2.4 A Era de Ouro (?) dos *podcasts* e a complexidade narrativa

Enquanto pesquisas, que abordamos no capítulo 1, apontam para um crescimento dos mercados de *podcast* no Brasil e nos Estados Unidos, segundo levantamento de Silva e Sousa (2020), as preferências vêm se mostrando diferentes nos dois países: o modelo narrativo, de

“séries com números de capítulos predeterminados” vem sobressaindo entre os estadunidenses, enquanto no Brasil, o gênero que se consagrou como o mais popular é “aquele que prioriza o debate entre os apresentadores e eventuais convidados especiais” (Silva e Sousa, 2020, p. 13).

Mas isso não significa que o modelo de contação de histórias também não tenha os seus casos de sucesso no país. Além dos citados *Praia dos Ossos* e *O Caso Evandro*, outros programas que utilizam o formato conquistaram grande audiência e repercussão, como, por exemplo, *A Mulher da Casa Abandonada*, que esteve entre os mais ouvidos no país no ano de 2022.

Esses três *podcasts* citados são representantes do que Chagas e Viana (2021, p. 11) chamaram de “narrativas da realidade”. Os autores propõem uma categorização do fenômeno dos *podcasts* em: I) Relato; II) Debate; III) Narrativas da realidade; IV) Entrevista; V) Instrutivo; VI) Narrativas Ficcionalis; VII) Noticiosos; VIII) Remediados. Já Kischinhevsky (2018, p. 110) denominou tais produtos como representantes do jornalismo narrativo em *podcasting*, “que traz características como a construção de uma narrativa imersiva; a emergência do narrador, o uso de ganchos e uma apuração exaustiva”. (Kischinhevsky, *apud* Viana, 2018, p. 110).

Tal tipo de narrativa, mesmo quando trata de histórias reais, já aproxima esses produtos da ficção. Em seu livro “Novo Rádio, Velhas Narrativas”, Débora Lopez (2022, p. 21) também aponta para essa aproximação, que remonta aos antigos formatos do drama no rádio convencional. “Eles se apropriam da estrutura do radiodrama para compor suas peças e acionar sua audiência explorando suas experiências e vínculos – sejam de identificação pelo desejo de ser ou pela representação de sua realidade”.

Em seu trabalho ela parte da hipótese de que as produções sonoras contemporâneas (dramas e *podcasts* de *storytelling*) “realizam uma reapropriação estética das estratégias e ferramentas expressivas das radionovelas da Era de Ouro do rádio do país”. Para Lopez, que considera as narrativas em áudio como um exemplo do “rádio hipermediático (Lopez, 2010), que transborda da transmissão em antena para ser consumido nas novas tecnologias, o meio “tem bebido em estratégias e ferramentas do seu período áureo para compor sua narrativa, redesenhando a partir de si mesmo um perfil diferenciado” (2022, p. 11). Ela considera que as produções sonoras contemporâneas (dramas e *podcasts* de *storytelling*) são aquelas “que se configuram como produções de aprofundamento e que têm deadlines mais amplos, realizam uma reapropriação estética das estratégias e ferramentas expressivas das radionovelas da era de ouro do rádio do país” (Lopez, 2022, p. 11).

Neste trabalho concordamos que mesmo os *podcasts* narrativos, sobretudo os que Bonini (2020) definiu como representantes da segunda era, em que essas produções são mais profissionais e bem-produzidas, utilizam elementos narrativos que os aproximam da ficção. Kischinhevsky (2018, p. 79) afirma que “esse novo gênero se manifesta com características específicas, como o uso de trilha sonora para evocar sentimentos – afeto, medo, raiva – e sensações – suspense, alegria”. Para nós, esse uso dos recursos narrativos ficcionais é crucial na tarefa de prender a atenção dos ouvintes a histórias longas e complexas.

Kischinhevsky diz que, em tais produções, “a linguagem se aproxima da (e também atualiza a) contação de histórias”. “Cai o nível de redundância característico do texto no radiojornalismo, em função da atenção à narrativa, e ganham espaço os ganchos, os resumos explicativos que abrem e encerram os episódios, inspirados na lógica da ficção seriada.” (Kischinhevsky, 2018, p. 79).

Viana (2023, p. 264) também ressalta que a narrativa desses *podcasts* foge à lógica do jornalismo tradicional, onde o *lead* do jornalismo, primeiro parágrafo em que são respondidas as principais perguntas sobre o foco da história, perde espaço. “No lugar de responder objetivamente às questões “quem?”, “onde?”, “como?”, “quando?”, “por quê?” e “o quê”, prevalece a descrição sensorial e sinestésica.” (Viana, 2023, p. 264).

Consciente (2022, p. 5) salienta que essas narrativas apostam no *storytelling* que ela define como “a arte de contar, narrar histórias”. “Esta é a principal característica dos *podcasts* narrativos: eles apresentam histórias”, acrescenta. Para ela “o *storytelling* se relaciona à ideia de construir uma história coesa, em que os acontecimentos seguem uma estrutura sequencial e se organizam de modo a capturar a atenção e despertar a imaginação dos espectadores”. (Consciente, 2022, p. 5).

Nesse sentido, Viana também destaca uma escolha de fontes diferente no caso do jornalismo narrativo em *podcasting*, que visa, justamente, valorizar as histórias contadas, em um movimento que bebe mais da ficção que do jornalismo tradicional. Ela apura o destaque, por parte do jornalismo narrativo, do uso de personagens e não o de fontes, como ocorre com o jornalismo cotidiano. “O jornalismo tradicional se ampara no prestígio e credibilidade de instituições, enquanto para o jornalismo narrativo as experiências dos entrevistados constituem-se como o ponto mais importante.” (Viana, 2023, p. 58).

Já Lopez (2022) destaca que os elementos formativos dessas narrativas, como os personagens, as histórias de vida como fio condutor da trama, a recomposição do cenário, os ganchos narrativos são estratégias para vincular a história ao cotidiano da audiência e aos seus afetos, remetendo à produção ficcional do radioteatro e da radionovela, segundo ela,

“apropriados por séries e *podcasts* e que marcam mais um desses ciclos históricos, em que o rádio bebe em si mesmo para mais uma vez se rejuvenescer, se transformar, se midiamorfosear” (Lopez, 2022, p. 125).

Por outro lado, amparamo-nos em autores que estudam a ficção para apontar características próprias dessas narrativas em áudio. Oliveira, Limeira e Kneipp (2022) destacam as novas séries de ficção como “uma espécie de nova roupagem para as histórias radiofônicas do passado”, que se transformaram em “produções digitais de altíssima qualidade de som e com a possibilidade de serem ouvidas em qualquer local a partir do celular” (Oliveira, Limeira, Kneipp, 2022, p. 103).

Apesar de apontar que a ficção em áudio retoma as narrativas da Era de Ouro do rádio, Lopez também reconhece, ao citar Dann, que “o drama sonoro em plataformas digitais tem composto uma identidade própria, que o marca como produto radiofônico adaptado às novas dinâmicas de produção e fruição do conteúdo pela audiência” (Dann, *apud* Lopez, 2014, p. 142).

O drama sonoro *online* permite não somente novas formas e padrões de escuta (sob demanda e controlado pela audiência) ou métodos revistos de estruturação de enredo (com o sequenciamento de séries permitindo o uso de arcos narrativos estendidos), mas a completa recriação da experiência de escuta como uma forma de narrativa aumentada - em que a história surge do reino ficcional e sobrepõe-se à experiência “vívda” do ouvinte. (Dann, 2014, p. 142)

Lopez (2022, p. 101) ainda acrescenta que no rádio (e no rádio expandido, do qual ela trata), “o conteúdo tem construído um diálogo entre as gerações, oriundo parcialmente desta demanda por uma complexificação narrativa – seja em mídias digitais, seja na transmissão em antena”.

A partir disso, consideramos importante trazer o que Mittel (2012), um dos principais estudiosos do tema, define como complexidade narrativa, que ele opõe ao predomínio do melodrama e do folhetim nas primeiras narrativas sonoras, e enxerga para uma tendência na ficção contemporânea. Esse conceito para nós é importante, pois consideramos que os *podcasts* narrativos, que tiveram como marco inicial uma produção estadunidense, *Serial*, são influenciados por essa tendência da serialização no país, e que essas estratégias colaboram para a manutenção da atenção.

2.5 Algo mais complexo

Mittel (2012, p. 36) defende que a complexidade narrativa “é uma redefinição de

formas episódicas sob a influência da narração em série”. Ele considera, como algumas características, que as narrativas complexas vêm recusando a necessidade de fechamento da trama em cada episódio, que caracteriza o formato episódico convencional. Também salienta que o formato seriado foge das concepções genéricas identificadas nas novelas, que seguem o estilo do melodrama, como trouxemos anteriormente.

O autor (2012, p. 31) ressalta que se pode considerar o período dos anos 1990 até hoje como a Era da Complexidade Televisiva, embora assinala que “a complexidade não tomou o lugar das formas convencionais na maior parte da programação atual”. Ainda assim, para ele, a televisão dos últimos 20 anos será lembrada como uma era de experimentação e inovação narrativa, desafiando as regras do que pode ser feito nesse meio.

Mittel (2012) pontua que “algumas transformações na indústria midiática, nas tecnologias e no comportamento do público coincidiram com o surgimento da complexidade narrativa” e contribuíram para esse novo modelo de narrativa. Um desses fatores, para ele, é que muitos “programas televisivos inovadores dos últimos 20 anos são obra de realizadores que começaram suas carreiras trabalhando com filmes, um meio culturalmente mais distinto.” (Mittel, 2012, p. 31).

Um outro fator que favoreceu o crescimento desse modelo de narrativa, segundo Mittel (2012), foi o aumento do número de canais televisivos, que favoreceu uma certa segmentação de público. “As redes de televisão e seus canais acabaram por reconhecer que para um programa ser economicamente viável pode ser suficiente um público seguidor pequeno, porém dedicado.” (Mittel, 2012, p. 31). Segundo Mittel, esse público reduzido e fiel, que possivelmente evitaria a TV, passou a ter um apelo de audiência e comercial. “Não é preciso dizer que um público que assiste pouco à televisão é particularmente valorizado por anunciantes.” (Mittel, 2012, p. 31).

Por fim, o autor enxerga nas narrativas de complexidade um elevado nível de “autoconsciência nos mecanismos de relatar e demandas por um espectador intenso em seu envolvimento e concentrado tanto na fruição diegética como no conhecimento formal”. (Mittel, 2012, p. 31).

Consideramos que uma das estratégias para prender a atenção em produtos narrativos como os *podcasts*, em um cenário em que essa atenção é essencial, é justamente a aposta em elementos dessa complexidade narrativa.

Ao estudar Mittel, Matos e Sousa apontam que, ao contrário das séries convencionais, que apresentam uma premissa no piloto e dependem da mesma fórmula nos episódios subsequentes, “esses novos seriados apostam principalmente na construção paulatina de

personagens; numa nova arquitetura do modelo de produção; numa estética cinematográfica e, sobretudo, numa maior liberdade narrativa de storytelling” (Matos e Sousa, 2015, p. 2).

Entre os recursos constituintes das narrativas complexas, para Mittel, estão a união estável entre os modelos episódico e seriado, ou seja:

a redefinição de formas episódicas sob a influência da narração em série; narrativas que privilegiam a continuidade e a abordagem de gêneros diversos, como drama, comédia, ação e suspense; o apelo cognitivo que esse formato demanda do público e que convida o espectador a assumir a posição de analistas formais; o deslocamento da ênfase em relacionamentos para privilegiar o desenvolvimento da trama; plotlines que se interligam, referenciam ou se unem numa estrutura narrativa circular e uma estética operacional que evidencia a fruição do que motivou as ações dentro da trama ao invés de focalizar no que vai acontecer de fato, o que o autor chamou de efeito especial narrativo. (Mittell, apud Matos e Sousa, 2015, p. 3).

Outro fator importante das novas narrativas, denominadas complexas, é a presença de elementos cinematográficos, devido ao momento de convergência das mídias. Com base em Lipovetsky (2009, p.25), eles apontam um período em que a linguagem cinematográfica “se alastrou pelas mídias, condicionando o olhar do público a buscar a estética cinema nos mais diversos segmentos midiáticos, como um vídeo do YouTube, um vídeo de celular, uma propaganda nas telas do metrô ou um comercial de TV”.

Para Lipovetsky, na cultura hipermoderna, o espírito do cinema “atravessa, irriga, alimenta as outras telas: o cinema tornou-se um círculo cujo centro está em toda parte e a circunferência em nenhuma (Lipovetsky, 2009 p. 25).

3 A ATENÇÃO: DE UMA NECESSIDADE EVOLUTIVA A UMA *COMMODITY* CAPITALISTA

Milhões de itens (...) são apresentados aos meus sentidos e nunca entram propriamente na minha consciência. Por quê? Porque não têm interesse para mim. Minha experiência é aquilo que eu concordo em prestar atenção (...). Todos sabem o que é a atenção. É a tomada de posse pela mente, de forma clara e vívida, de um dentre o que parecem ser vários objetos possíveis simultâneos ou linha de pensamento. A focalização, a concentração da consciência são sua essência. Esta implica a abstenção de algumas coisas para poder lidar eficazmente com outras (James, *apud* Kandel, 1997, p. 323).

Contar histórias, como vimos no capítulo anterior, é o tipo de experiência presente desde a gênese das sociedades humanas. No entanto, o que nos traz a essa pesquisa é o questionamento de como construir histórias que continuem prendendo a atenção em um mundo cada vez mais cheio de estímulos. Prender a atenção é um dos grandes desafios do mundo moderno, e é essa a *commodity* que interessa às maiores corporações do mundo hoje.

Embora a atenção esteja no centro da experiência da comunicação, verificamos que há uma escassez de estudos nessa área que definam o que é, de fato esse fenômeno, e quais os princípios que fazem uma pessoa prestar ou não atenção a algo. Há, claro, muitos estudiosos, que citaremos aqui, debruçando-se sobre a atenção como um produto nessa nova economia. Mas, para compreender os fundamentos do que é a atenção, recorreremos também a outros estudos, da psicologia, e da pedagogia.

No artigo denominado “Compreendendo os Mecanismos Atencionais” (2005), da *Revista Ciências e Cognição*, o pesquisador Ricardo Franco de Lima destaca, com base em William James, três características fundamentais da atenção: “a) a possibilidade de se exercer um controle voluntário da atenção; b) inabilidade em atender diversos estímulos ao mesmo tempo, ou seja, o caráter seletivo e focalização; c) capacidade limitada do processamento atencional”. (Lima, 2005, p. 114).

Em suma, podemos escolher voluntariamente no que prestamos atenção, precisamos focar em algo para isso, e nossa capacidade de estar atento a algo é limitada. O pesquisador resume que “a atenção pode ser definida como a capacidade do indivíduo responder predominantemente os estímulos que lhe são significativos em detrimento de outros” (Lima, 2005, p. 114). Prestar atenção é, em certa medida, selecionar. “Nesse processo, o sistema nervoso é capaz de manter um contato seletivo com as informações que chegam através dos órgãos sensoriais, dirigindo a atenção para aqueles que são comportamentalmente relevantes e garantindo uma interação eficaz como meio.” (Lima, 2005, p. 114).

Lima, com base em outros autores (Dalgarrondo, 2000, Brasil, 1984), traz algumas

classificações da atenção, como, por exemplo, a sua natureza/origem. Nesse sentido, ela pode ser dividida entre voluntária ou involuntária, sendo que a voluntária é a “a seleção ativa e deliberada do indivíduo em uma determinada atividade, ou seja, está diretamente ligada às motivações, interesses e expectativas”. Já a atenção involuntária “é suscitada pelas características dos estímulos, ou seja, ocorre diante de eventos inesperados no ambiente e o indivíduo não é agente de escolha da sua atenção”. Ele traz, como algumas características dos estímulos que "chamam" nossa atenção a intensidade, tamanho, cor, novidade, movimento, incongruência e a repetição (Lima, 2005, p. 116).

Outra classificação aponta os tipos de atenção com base em como ela é operacionalizada: seletiva, sustentada, alternada e dividida. A seletiva é a forma básica: nossa capacidade de prestar atenção em algo e excluir outros estímulos, enquanto a sustentada se refere à nossa capacidade de focar em determinadas tarefas, a alternada quando conseguimos alternar o nosso foco, e a dividida, como o próprio nome indica, quando conseguimos dividir a atenção em mais de uma tarefa ou estímulo. Para esse trabalho, nessa classificação, o que nos interessa é, sobretudo, a atenção seletiva, uma vez que ela é necessária para compreender histórias longas, como é o caso dos *podcasts* narrativos.

Cabe, então, trazer aqui o exemplo de um experimento citado por Lima (2005, p. 119), que demonstra a complexidade da nossa atenção auditiva, e a nossa capacidade de focar em determinados estímulos.

Para o estudo da atenção seletiva auditiva, um teste muito utilizado é o da "Informação Dicótica". Neste teste o participante ouve diferentes informações apresentadas em seus ouvidos. Quando o experimentador solicita que ele reproduza o que foi apresentado nos dois fones, o participante é capaz de repetir apenas parte das informações de cada um. No entanto, quando se solicita que ele reproduza as informações de apenas um fone, o participante é capaz de lhe informar corretamente, não sendo, contudo, capaz de informar o que foi apresentado no ouvido contralateral. As conclusões dos autores são que por meio da seletividade o indivíduo pode perceber os sinais de seu interesse entre muitos ruídos presentes no ambiente (Eysenck & Keane, *apud* Lima, 2005. p. 119).

Embora possamos escolher no que focamos nossa atenção, Fuller (2010) destaca os mecanismos que atraem a nossa atenção de forma involuntária. Quando há cada vez mais opções do que consumir, nem sempre nossa escolha é consciente. “Dentro da mente humana, o aumento na competição por atenção chama à ação um mecanismo ancestral que corta e foca os recursos esparsos de processamento de informações do cérebro. Chamamos este mecanismo de emoção.” (Fuller, 2010, p. 125). Para o autor, portanto, do ponto de vista biológico, é natural que direcionemos automaticamente a atenção – quando há competição por

ela – ao que é capaz de gerar emoção.

Damásio (2009), da mesma forma, observa que as emoções se manifestam na forma de sentimentos quando estimulados por um fenômeno. Tal comportamento faz todo o sentido evolutivo, uma vez que nossos ancestrais estavam expostos a perigos diários, e o cérebro precisava estar atento ao que gerava reações como a emoção. “Nesse sentido, conteúdos que apelam para emoção, que se relacionam a experiências e ao contexto do interagente, tendem a se destacar em meio ao emaranhado de informações a que ele está exposto.” (Damásio, *apud* Zago e Silva, 2013, p. 4).

Patrícia Consciente, ao citar Bruck, nos alerta que a audição é um dos sentidos que mais ativam a imaginação do homem e que o ouvido é um dos sentidos mais acionadores do afeto. “O ouvinte de rádio é, constantemente, instigado a produzir imagens mentais que fazem dele um co-realizar, de modo intenso e profundo, os sentidos. Imaginário, representação, sensorialidade articulam-se em uma operação de marcação fortemente subjetiva.” (Bruck, *apud* Consciente, 2011, p. 25).

Já a pesquisadora Ana Carolina Zago (2013, p. 4) é uma das que têm se debruçado no problema da atenção na comunicação. Ao analisar a rede social X, anteriormente conhecida como *Twitter*, especificamente, ela identificou que a crítica e o humor (também capazes de despertar emoção) estão entre as principais motivações para a circulação de informações jornalísticas.

Lima (2005, p. 116) ainda destaca que vários fatores podem influenciar a atenção, como o “contexto no qual o indivíduo está inserido, as características dos estímulos, expectativa, motivação, relevância da tarefa desempenhada, estado emocional, experiências anteriores” (Lima, 2005, p. 116). Minha própria experiência humana (e provavelmente de você que me lê) demonstra o quanto é difícil prestar atenção quando se está preocupado com algo (e ocupando sua atenção nisso), ou mesmo quando experiências anteriores nos trazem uma má memória (tenho alguns livros que comecei a ler várias vezes, mas nunca consigo prestar atenção para terminá-los, por exemplo).

Em suma, podemos dizer que prestar atenção, é portanto, direcionar o foco para algo, enquanto exclui o olhar para outras coisas, consciente ou inconscientemente. Crary (2013) aponta para a atenção como “um modo impreciso de designar a capacidade relativa de um sujeito para isolar seletivamente certos conteúdos de um campo sensorial em detrimento de outros, a fim de manter um mundo ordenado e produtivo” (Crary, 2013, p. 39).

Mas, no que se refere ao desafio de conscientemente capturar a atenção do indivíduo, quais são as formas possíveis de fazê-lo? Bentes (2018, p. 157) destaca que, nos dias atuais,

“é ingênuo pensar que prestamos atenção apenas no que decidimos”. “Os produtos e serviços são calculadamente desenhados para alterar nossa conduta.” (Bentes, 2018, p. 157). A indústria da mídia, e da publicidade em especial, vem buscando estratégias para conseguir “capturar” essa *commodity* e comercializá-la. Algumas delas, vimos aqui, é apelar para esse fator evolutivo: a emoção. Também citamos o que traz Lima: intensidade, tamanho, cor, novidade, movimento, incongruência e a repetição.

Bentes (2018), estudiosa da atenção na comunicação, ao estudar o *Instagram*, destacou a necessidade de se criar um hábito incômodo, que acaba por quase obrigar o usuário a seguir consumindo. Ela define esse desconforto como uma “coceira”, ou quase um “tique”. “A formação de hábitos, portanto, deve criar associações na mente do usuário, em que a solução para sua “coceira” é encontrada no uso do serviço.” (Bentes, 2018, p. 207). Um paralelo a essa “coceira”, ao consumirmos histórias, é quando o desfecho nos é negado, gerando essa necessidade de seguir ouvindo até compreender o todo. É essa necessidade que nos faz maratonar histórias até aliviar (ou não) essa coceira. “Quem sabe na próxima temporada...”.

Com o hábito formado, para Bentes, o usuário cria então o laço entre o serviço e sua necessidade de satisfação, ou sua necessidade de coçar sua coceira (*scratch user's itch*). Isso ocorre, segundo a autora, em duas etapas: o gancho e a ação. “Ao ser desencadeada pelo gatilho, para iniciar a ação, o agir deve ser mais fácil que pensar [...]. Quanto maior o esforço – seja físico ou mental – requerido para realizar a ação, menor é a probabilidade de ela ocorrer” (Eyal, *apud* Bentes, 2014, p. 82). “Baseado nisso, as funcionalidades das plataformas engancháveis devem ser as mais fáceis, simplificadas, diretas e imediatas possíveis.” (Bentes, 2018, p. 161).

Não é à toa que, ao ouvirmos uma audiossérie nas plataformas de *streaming*, o episódio seguinte para o qual fomos convidados se inicia automaticamente. Sempre dá mais trabalho interromper do que seguir. É a plataforma nos oferecendo a unha para a nossa coceira, pois é o coçar que alimenta o negócio de algumas das maiores empresas do mundo atual, como veremos no tópico a seguir.

3.1 A atenção como uma *commodity* rara

Esqueça o petróleo, o gás natural, a soja, os produtos manufaturados ou mesmo os tecnológicos. O produto mais valioso a ser comercializado nos dias atuais é subjetivo e é da comercialização dele que prosperam as maiores corporações do mundo. Trata-se da nossa atenção. Entre as dez marcas mais valiosas do mundo em 2024, segundo Ranking *Kantar*

BrandZ, divulgado pela *Revista Exame*, figuram no topo nomes que estão na ponta da língua e, possivelmente, na palma das nossas mãos, como *Apple; Google; Microsoft; Amazon e Facebook*⁷. Todas têm no seu portfólio a venda de anúncios assertivos para pessoas certas, na hora certa.

De fato, podemos dizer, com base no sucesso que *big techs* têm obtido, que as estratégias para comercializar a nossa atenção vêm dando certo, como destaca Bentes (2021, p. 201). “A breve história do século XXI, que conta a relativamente rápida trajetória rumo à ubiquidade das tecnologias digitais, vem nos mostrando como essas empresas estão sendo, de fato, bem-sucedidas na mobilização e controle da nossa atenção”. Davenport e Beck (2001, p. 3), dois dos autores mais respeitados a tratar do tema da atenção como algo que integra a economia, chegam a apontar que “a compreensão e o gerenciamento da atenção são os determinantes mais importantes do sucesso no mundo dos negócios que a “gerência eficiente da atenção e sucesso econômico e profissional são dois nomes para a mesma coisa”.

Luciana Caliman (2012), em sua tese de doutorado em psicologia, ao tratar da atenção, diz que, na economia capitalista, a gestão ineficiente da atenção passa a ser o signo mais fiel do fracasso. “No mundo dos negócios, o fracassado é o desatento incapaz de gerenciar sua própria atenção e ação, incapaz de direcionar sua energia mental para os fins corretos e mais importantes, de realizar os planos futuros que ele mesmo propôs.” (Caliman, 2012, p. 7).

Davenport e Beck (2001) destacam que, ao longo da história, a oferta de informação e entretenimento a ser consumido aumentou exponencialmente. Para isso, citam a facilidade de acesso a produtos como livros. “Nos tempos anteriores a Gutenberg, demorava meses ou anos para que alguns escribas dedicados criassem uma única cópia de um único livro” (Davenport e Beck, 2002, p. 7, tradução nossa). Nos dias atuais, no entanto, os autores consideram difícil imaginar a possibilidade de devotar atenção suficiente a tanta informação produzida pela sociedade. “Pense em todo o texto desses 60.000 novos livros que saem das editoras dos EUA todos os anos, ou nos mais de 300.000 livros publicados em todo o mundo.” (Davenport e Beck, 2002, p. 7, tradução nossa).

Mas o conceito da atenção como algo a ser comercializado, embora tenha ganhado força com o avanço da tecnologia, surgiu mesmo antes dela, e está intimamente ligado à comunicação e à publicidade. Tim Wu (2016), trazido por Bentes, utiliza o termo *attention merchants* (comerciantes da atenção) para definir os “responsáveis pelo desenvolvimento de modelos de negócio nos quais a captura da atenção dos consumidores é o produto a ser

⁷ Revista Exame, publicado em 12 de junho de 2024. Disponível em: <https://exame.com/marketing/valor-das-100-marcas-mais-valiosas-do-mundo-sobe-20-em-2024-atingindo-us-83-trilhoes/>. Acesso em: 3 dez. 2024.

revendido a anunciantes publicitários e, desse modo, gerar capital” (Wu, 2016, *apud* Bentes, 2020, p. 192).

Diante disso, Bentes (2020, p. 192) aponta para um tensionamento, ou uma contradição no capitalismo a partir do fim do século XX e início do XXI. A atenção e o foco são vistos como fundamentais para uma economia produtiva, ao mesmo tempo em que capturar a atenção para o entretenimento está no centro do sucesso das novas tecnologias. “De um lado, a necessidade de criar formas de gestão da atenção em prol da produtividade; de outro, o surgimento de estratégias de captura da atenção ou de fontes de distração para o consumo e o entretenimento” (Bentes, 2020, p. 192). Dessa forma, a autora aponta que, devido a essas disputas de força entre as demandas por produtividade e por consumo, a busca por atenção ganha “novas técnicas com o desenvolvimento das mídias de massa e, mais tarde, das mídias digitais” (Bentes, 2020, p. 192).

Caliman (2012, p. 7) também diz que o problema da desatenção (ou da falta de atenção produtiva) se intensificou com a expansão da internet. Segundo ele, “nas sociedades de informação, a disparidade entre a produção de conhecimento e sua codificação eficiente tornou-se patológica”.

Na comunicação, segundo Bentes (2020), com base em Wu, um dos primeiros comerciantes a perceber a atenção como um produto foi Benjamin Day, fundador do Jornal New York Sun em 1833. No período, as publicidades ainda não tinham o teor persuasivo de hoje, e eram discretas, inseridas nas notícias, ao mesmo tempo em que o jornal era caro e tinha um público de elite. “Ele então passou a vender seu jornal a 1 centavo para, em vez de gerar lucro com a sua venda, revender a atenção capturada de seus consumidores para anunciantes de publicidade.” (Wu, *apud* Bentes, 2020, p. 193).

Com histórias mais sensacionalistas e um valor mais acessível, o lucro deixou de ser associado à comercialização das notícias, e passou a ser a venda de espaço publicitário. Uma mudança que não é trivial e reflete o modelo de negócio da comunicação ainda hoje. “Day entendeu que seus leitores poderiam pensar que eram seus clientes, mas, na verdade, eram seu produto.” (Bentes, 2020, p. 193).

Londero (2017, p. 139) aponta que, na publicidade, desde o fim do século XIX e até os dias de hoje, tem destaque o modelo AIDA (Atenção-Interesse-Desejo-Ação). O modelo destaca “que a publicidade deve sucessivamente atrair a atenção do consumidor, suscitar seu interesse por informações do produto, despertar seu desejo e, finalmente, provocar a ação de compra” (Londero, 2017, p. 139). No caso do consumo de histórias, podemos transpor tal modelo e supor que, em vez da compra, temos como fim a necessidade de seguir

acompanhando-as.

Essa visão, do consumidor como produto, tão marcante nas plataformas digitais, para Crary, citado por Bentes (2020), contrasta com a percepção, na juventude das novas mídias, de que elas seriam uma substituição de um espectador meramente receptivo e passivo para usuário mais criativo e ativo.

As potencialidades capacitadoras, democráticas e anti-hierárquicas dessas mídias foram esvaziadas, pois o que foi “celebrado como interatividade era mais precisamente a mobilização e adaptação do indivíduo a um conjunto aberto de tarefas e rotinas”. (Crary, *apud* Bentes, 2020, p. 93)

Diferente de 1833, agora, quase dois séculos depois, temos bem mais do que o jornal para ter acesso às notícias e informações sobre o que ocorre no mundo. Mais do que isso, o advento das redes sociais multiplicou exponencialmente a oferta de conteúdo. A atenção segue sendo comercializada, mas é cada vez mais rara. “Com um espaço-tempo ainda mais saturado de estímulos visuais e informacionais em paralelo às demandas por um desempenho maquínico 24/7, a atenção se torna um recurso ainda mais escasso e, por sua vez, ainda mais valioso” (Caliman, *apud* Bentes, 2006).

Nesse cenário, Bentes aponta que se “há uma superabundância de conteúdos visuais, informacionais e interativos, o que falta é justamente atenção (e tempo) para acessar e consumir todo esse oceano de ofertas. A finitude e a raridade da atenção, portanto, estão nas bases de seu modelo econômico”. (Bentes, 2020, p. 197). Diferente de outros “produtos”, no entanto, a atenção tem particularidades próprias, que explicam essa escassez e, ao mesmo tempo, a necessidade crescente de disputa por ela. “Ninguém pode prestar atenção por mim, e somente eu posso saber para onde direciono minha atenção. Cada pessoa possui uma quantidade específica de atenção para dar, que pode ser expandida dentro de certos limites.” (Caliman, *apud* Bentes, 2006, p. 47).

É a escassez que está na origem da ciência humana que denominamos economia, na qual a proposta é administrar o que é escasso: necessidades ilimitadas diante de recursos limitados. No caso da atenção, a quantidade de conteúdo oferecido é muito maior do que a nossa capacidade de consumir. Citton destaca: “Enquanto a economia clássica dos bens materiais funda seus cálculos na escassez dos fatores de produção, a economia da atenção é baseada na escassez das capacidades de recepção dos bens culturais.” (Citton, 2018, p. 3). Como trazido por Bentes, “estariamos vivendo em uma época em que a lógica monetária estaria sendo substituída pela atenta”, o que não anuncia o fim da economia dos bens

materiais, mas aponta que a atenção assume um papel central” (Bentes, 2020, p. 197).

Diante disso, Citton problematiza:

Que milagre me permite utilizar gratuitamente os serviços quase mágicos de uma ferramenta de busca tal como o Google, assim como os milhares de servidores, muito custosos e altamente consumidores de eletricidade, que essa empresa coloca à minha disposição? Essa gratuidade não é nada além do preço pago, atualmente, pela minha atenção. É o que expressa o provérbio da “nova economia”: se um produto é gratuito, então o verdadeiro produto, é você! Mais precisamente: sua atenção. (Citton, 2018, p. 11)

Portanto, em consonância, Caliman faz a seguinte reflexão: O que poderia ser o recurso mais escasso e mais valioso em uma época marcada pelo excesso de informação? “Parece que não há dúvidas de que o que todo mundo mais deseja e o que é sempre sentido como escasso é a atenção”, que, para ela, torna-se um bem “cada vez mais valioso e escasso nas sociedades contemporâneas” (Caliman, 2006, p. 47).

Tendo em vista que a comunicação visa, cada vez mais, a busca de instrumentos para conquistar essa atenção, Davenport e Beck (1998) listam pelo menos quatro princípios que devem estar na base das tecnologias de captura da atenção, para se ter aderência, que eles consideram um fator chave: relevância, engajamento, comunidade e conveniência, conforme trazido na **Tabela 1**, abaixo, retirada do livro original.

Tabela 1 – Fatores que contribuem para atenção em produtos digitais

Relevance	Community
• Content that fulfills a need	• Sense of ownership/belonging
• Appropriate scope	• Co-creation
• Frequent updating	• Personalization and customization
• Steady stream of benefits	• Flattery and recognition
• More of what customers love	
Engagement	Convenience
• Interactivity	• Quick downloads
• Competition	• Intuitive navigation
• Production values	• Bite-sized chunks of information
• Entertainment	• Minimal distractions
• Narrative	

Fonte: Davenport e Beck (2001)

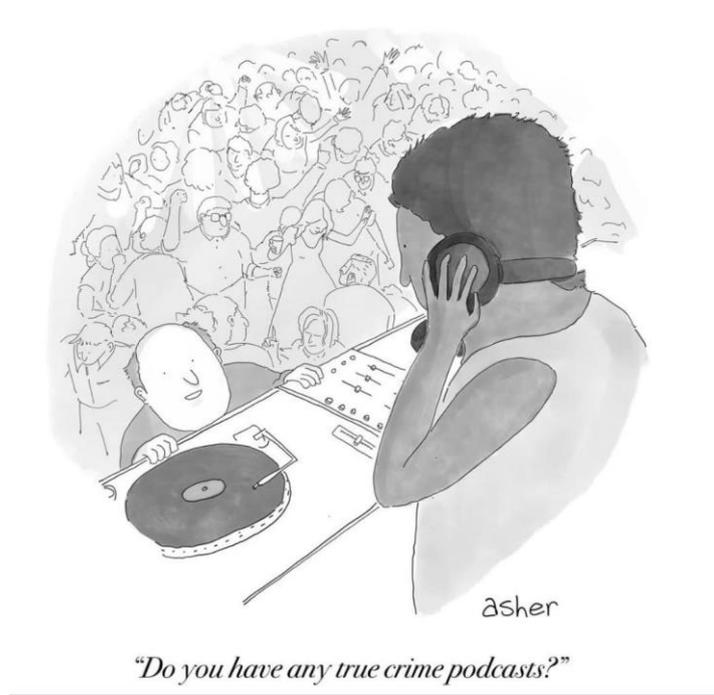
De acordo com a **Tabela 1**, acima, e a fim de facilitar a compreensão, destacamos abaixo a tradução para o português dos quatro principais pontos trazidos pelo autor. Quanto

ao 1º ponto, a **relevância**, os autores defendem que o conteúdo deve atender a uma necessidade; ter um escopo apropriado; atualização frequente; fluxo constante de benefícios; e oferecer mais do que os usuários gostam. Já em relação ao **engajamento**, os produtos devem apresentar interatividade; competição; valores de produção; entretenimento e narrativa. Em relação ao **senso de comunidade**, os produtos devem ter senso de propriedade/pertencimento; cocriação; personalização e customização; e reconhecimento. Por fim, quanto à **conveniência**, os produtos que chamam a atenção devem ter downloads rápidos; navegação intuitiva; pequenos pedaços de informação e distrações mínimas (Davenport e Beck, p. 182 e 183, tradução nossa).

Em relação a esse senso de comunidade, por exemplo, os autores apontam que “a oferta do sentimento de troca relacional e da possibilidade de integração a uma rede social de pertencimento são fatores chaves no comércio atento” (Davenport e Beck, p. 182 e 183, tradução nossa). Nesse sentido, os *podcasts* que nos propomos a analisar aqui oferecem um conteúdo que atrai uma comunidade aficionada por histórias do tipo nos dias atuais: os crimes reais, um fenômeno do qual trataremos brevemente a seguir.

4. O FASCÍNIO PELOS CRIMES REAIS E O RESGATE DA HISTÓRIA DE VÍTIMAS DE FEMINICÍDIO

Figura 1 - Charge sobre o fascínio sobre *podcasts* de crime



Fonte: Instagram (2024); Perlman, Asher (2024).

4.1 O true crime é mainstream

Como trouxemos nos capítulos anteriores, o gênero narrativo de *podcasts*, embora não seja o que mais faz sucesso no Brasil, vem alcançando números relevantes, que colocam a narrativa em áudio, que havia sido relegada a segundo plano no rádio hertziano, novamente em evidência. E dentro dessas narrativas, vem alcançando destaque especial aquelas que tratam de crimes reais. Jauregui e Viana destacam, no Brasil, o impacto do *Podcast Projeto Humanos*, especificamente na temporada em que trata do caso do menino Evandro. “Embora não tenha sido criado inicialmente para tratar de crimes reais, ele ultrapassou os 4 milhões de downloads durante a quarta temporada, quando contou a história do assassinato brutal de uma criança que chocou o país na década de 1990” (Jauregui e Viana, 2022a, p. 2).

Nos anos seguintes, os autores lembram, outros produtos em torno dessa temática se destacaram, como *Modus Operandi* e *A Mulher da Casa Abandonada*. “Um aspecto interessante de observar nesse cenário é que esses três *podcasts* têm o selo de grandes grupos midiáticos, o que evidencia a projeção que o nicho tem alcançado” (Jauregui e Viana, 2022a,

p. 3). Tanto o *Projeto Humanos* quanto o *Modus Operandi* nasceram independentes, mas em seguida passaram a fazer parte do streaming do *Globoplay*, enquanto *A Mulher da Casa Abandonada* foi lançado em parceria com a Folha de São Paulo. A presença desses grandes players da mídia em histórias sobre crimes reais demonstra que elas estão no *mainstream*.

Jauregui e Viana são pioneiros nas pesquisas recentes do Brasil ao buscarem a teoria geral do *true crime* e serão, portanto, fundamentais no desenvolvimento deste capítulo. Ao citarem Punnet (2018), eles consideram que “o gênero literário hoje conhecido como true crime traz diferentes heranças”, que remontam aos sermões realizados antes da execução de criminosos nos EUA e mesmo a relatos míticos sobre assassinatos como a história bíblica de Caim e Abel (Punnet, *apud* Jauregui e Viana, 2022a, p. 4).

Os autores apontam, no entanto, que esse tipo de enredo adquire moldes mais próximos dos atuais apenas nos anos 1920 e 1930, com as “revistas de detetive” no contexto anglófono. Ainda no cenário estadunidense, eles consideram que as narrativas sobre o crime “ganharam novos espaços, expandindo sua oferta e construindo um público que alimentaria uma imprensa em crescimento” (Punnet, *apud* Jauregui e Viana, 2022a, p. 7). “Multiplicaram-se livros ilustrados de baixo custo e revistas que seguiam o rastro de criminosos brutais, narrando técnicas forenses usadas para capturá-los” (Punnet, *apud* Jauregui e Viana, 2022a, p. 7).

Não é preciso cruzar a linha do Equador para o norte da América, no entanto, para perceber que as narrativas sobre crimes estão permeadas no nosso dia a dia, nos programas policiais que proliferam na televisão vespertina. Vale destacar, ainda, que a narrativa de um crime esteve intimamente ligada ao fenômeno do *New Journalism*, com uma das suas obras seminais, embora o seu autor tenha tentado se afastar do rótulo de *true crime*.

Se de um lado Truman Capote “negou até a morte” o rótulo para seu célebre livro *A sangue frio*, preferindo chamá-lo de “romance de não-ficção”, a obra foi fundamental para que “jornais diários, suplementos dominicais e revistas de informações fossem permitidos a escrever no estilo do True Crime— com todos seus detalhes sensacionais – sob o rótulo então legitimado do ‘novo jornalismo’”. (Punnet, 2018, p. 11, *apud* Jauregui e Viana, 2022a)

Voltando ao fenômeno dos *podcasts* sobre crimes, Jauregui e Viana trazem o (Boling, 2019, p. 174) para quem, os *podcasts* de crimes reais “têm uma capacidade interessante de dar voz a presos e vítimas enquanto conduzem o público pela narrativa do crime, oferecendo aos ouvintes um nível único de intimidade com o caso e com as pessoas envolvidas”.

Também consideramos aqui que esses, em especial os que analisamos, não apostam no

sensacionalismo. Pelo contrário, fazem uma retrospectiva essencial de casos de repercussão que permite, inclusive, recuperar a memória de vítimas que à época foram execradas pela opinião pública. Além disso, contam com uma investigação e apuração elogiáveis. Boling salienta que, por meio dessas histórias, em vez de ficar confinado a uma citação de duas frases impressas, o público pode ouvir diretamente o condenado ou aqueles que conheciam a vítima, pelo tempo que for necessário (Boling, *apud* Jauregui e Viana, 2019, p. 174).

Kelli Boling (2019), referenciada por Jauregui e Viana, juntamente a desenvolvedores dos *podcasts Undisclosed, Breakdown, Accused e In The Dark*, realizou um estudo importante sobre como os *podcasts* servem para educar uma comunidade interessada nesses assuntos. Aqui, relembramos Davenport e Beck (2001) sobre a importância do senso de comunidade para manter a atenção a produtos digitais.

Eles identificaram tendências em torno do objetivo de educar o público sobre o funcionamento do sistema de justiça, da construção de um jornalismo engajado politicamente e da percepção sobre a importância de se interagir com a audiência por outros meios além da mídia sonora (como o e-mail, redes sociais e fóruns de discussão). (Jauregui e Viana, 2020, p. 5)

Outro estudo, voltado para a audiência, de Kevin Hull e Kelli Boling, citado por Jauregui e Viana (2019), buscou seis comunidades na rede *Reddit* dedicadas à troca de informações sobre *podcasts* de crimes. “Os pesquisadores encontraram três principais motivações para o consumo desse tipo de produto sonoro: entretenimento, conveniência e tédio” (Jauregui e Viana 2019, p. 174). Conveniência e entretenimento também estão entre os fatores citados por Davenport e Beck.

Já os pesquisadores Vicary e Farley (2010) analisaram *reviews* (avaliações) em sites relacionados à literatura e compra de livros sobre crimes reais. Segundo trazido por Jauregui e Viana, no estudo se constatou uma maior presença de mulheres na avaliação e recomendação desses produtos (70%). Entre as possíveis explicações apontadas está “o fato de mulheres sentirem mais medo de crimes violentos (em especial o estupro) do que homens. Ao conhecer as dinâmicas por trás dos crimes e os motivos que levam alguém a cometê-los, o público feminino estaria aprendendo ‘estratégias de sobrevivência’”. Os autores ainda sustentam que as respondentes são especialmente atraídas por enredos com vítimas mulheres (Vicary; Farley *apud* Jauregui e Viana, 2020b, p. 7).

Nesse sentido, consumir histórias sobre crimes tem um duplo significado: serve para entreter e para suprir essa nossa curiosidade histórica sobre o estranho, o grotesco. Mas também serve para trazer “uma sensação de segurança, como se ter acesso aos meandros

dessas mentes significasse também mais recursos para sobreviver aos perigos do mundo cão”. (Viana, 2022, p. 31). Viana, ao citar Murley (2008), considera que, “nas décadas de 1980 e 1990, o *True Crime* criou e amenizou os medos sobre assassinos em série, e educou os consumidores da cultura pop sobre o universo forense e aspectos altamente técnicos da criminologia” (Murley, *apud* Viana, 2008, p. 3-4).

Em relação ao público estadunidense, Murley diz que “ao retratar essas condições como um reflexo da realidade americana comum, a estética do crime verdadeiro tanto gerenciou quanto ajudou a criar medos de crime e violência” (Murley *apud* Viana, 2008, p. 3-4).

Outro papel importante que consideramos aqui das histórias sobre crimes contemporâneos é também a possibilidade de reparação. No caso de *Serial*, a comoção em torno da história chegou a gerar um novo julgamento (Jauregui e Viana, 2022b, p. 5). Outro caso emblemático, contado pelo *podcast In The Dark* (2018) permitiu que o afro-americano Curtis Flowers, preso desde 1996 pela condenação de assassinato, tivesse as acusações retiradas em 2020 (Jauregui e Viana, 2022b, p. 5).

No caso das histórias que analisamos aqui, apresentá-las ajudou, ao menos, a recuperar a memória de vítimas de feminicídio, que à época, além de perderem a vida, foram penalizadas pela opinião pública.

4.2 O resgate da história e da memória de mulheres vítimas de feminicídio

Praia dos Ossos e *O Caso, Últimos Passos* são dois *podcasts* diferentes, produzidos com diferentes estruturas, e narrados cada um ao seu modo. Em comum, além de serem exemplares do que chamamos de *podcasts* narrativos, eles têm o fato de tratarem da mesma temática: casos de feminicídio que tiveram grande repercussão e tocaram, individualmente, as próprias autoras das narrativas, duas mulheres.

Este trabalho não tem o objetivo de aprofundar a temática do feminicídio e da violência contra a mulher, que reconhecemos, vem sendo cada vez mais abordada em estudos de gênero na comunicação e em outras áreas do conhecimento. Ademais, não seria eu, o autor, um homem, representante do gênero agressor, a pessoa mais adequada a fazê-lo.

No entanto, não podemos ignorar ao longo dessa dissertação, a latência desse tema. O que vamos trazer aqui, portanto, é apenas um contexto, que não poderíamos nos furtar de fazer. A divulgação do Anuário da Segurança Pública de 2024 apontou que esse continua sendo um drama bastante atual para as mulheres, décadas depois das histórias contadas pelos

podcasts. Em 2023, segundo *O Globo*⁸⁴:

O número de feminicídios subiu 0,8% em relação ao ano anterior. Foram 1.467 mulheres mortas por razões de gênero, o maior registro desde a publicação da lei que tipifica o crime, em 2015. Também foram verificados aumentos nas taxas de registros de agressões em contexto de violência doméstica (9,8%), ameaças (16,5%), perseguição/stalking (34,5%), violência psicológica (33,8%) e estupro (6,5%). (O Globo, 2024, *on line*)

Como diz o texto, é apenas em 2015 que a Lei nº 13.104 é criada e tipifica o feminicídio. Essa distinção em relação ao homicídio é fundamental, como destaca Margareth Rago (2015), uma das maiores expoentes da pesquisa sobre mulheres no Brasil. Ela aponta que a violência contra a mulher não é a mesma violência contra os homens.

Femicídio é morte de mulheres por serem mulheres, é ódio ao feminino, não necessariamente é violência doméstica. No caso do México, por exemplo, as principais histórias de feminicídio são referentes à matança de mulheres, 10, 20, não por uma relação pessoal, é matar por serem mulheres, então é uma forma de vingança, é, vamos dizer, “arma de guerra”. (Rago, entrevista, 2015, p. 24)

Tão recente quanto a Lei contra o Feminicídio é a Lei Maria da Penha, sancionada em 7 de agosto de 2006, que passou a ser chamada Lei Maria da Penha número 11.340/2006. A mulher que dá nome à legislação sofreu duas tentativas de assassinato pelo marido à época. Em junho de 2024, Maria da Penha, que tem 79 anos, precisou entrar para o Programa de Proteção aos Defensores de Direitos Humanos, é acompanhada por seguranças e passou a limitar suas saídas. O motivo: começou a ser ameaçada e intimidada após circularem notícias falsas de que ela teria ficado paraplégica em um acidente, e não devido às agressões que sofreu (G1, 2024, *on line*)⁹. Não bastasse a dureza de sua trajetória, ela segue continuamente tendo a história e a memória agredidas.

Justamente por isso consideramos tão importantes os dois *podcasts* que aqui analisamos. Ao recontarem as histórias de Ângela Diniz e Cláudia Lessin Rodrigues, esses também servem como uma reparação, ainda que pequena, da memória dessas mulheres, que depois de mortas foram vítimas do machismo da sociedade e da cobertura da imprensa. *Praia dos Ossos* e *O Caso, Últimos Passos* cumprem aqui o papel tão necessário apontado

⁸ **País bate recorde de feminicídios e registra um estupro a cada seis minutos**, indica Anuário de Segurança. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/brasil/noticia/2024/07/18/pais-bate-recorde-de-femicidios-e-registra-um-estupro-a-cada-seis-minutos-indica-anuario-de-seguranca.ghtml>. Acesso em: 31 jun. 2024.

⁹ Maria da Penha diz que limitou a saída a lugares públicos após ser alvo de fake news e ameaças. Disponível em: <https://g1.globo.com/ce/ceara/noticia/2024/06/15/maria-da-penha-diz-que-limitou-saida-a-lugares-publicos-apos-ser-alvo-de-fake-news-e-ameacas.ghtml>. Acesso em: 31 jul. 2024.

por Perrot (2012):

Escrever a História das Mulheres é sair do silêncio em que elas estavam confinadas[...]. As mulheres ficaram muito tempo fora desse relato, como se, destinadas à obscuridade de uma inenarrável reprodução, estivessem fora do tempo, ou pelo menos, fora do acontecimento. Confinadas no silêncio do mar abissal. (Perrot, 2012, p.16)

É assim, portanto, que reconhecemos a importância de *podcasts* que tratam de crimes reais. *Serial*, como citado acima, provocou uma revisão de um julgamento que, como mostrou a história narrada, apontava muitas falhas. Mais do que narrativas que prendem a atenção, que alcançam audiência, que contribuem para o *boom* desse formato, essas narrativas são – quando abordadas com seriedade e responsabilidade, como é o caso dos dois tratados aqui – documentos históricos que reconstituem a memória de mulheres que foram não só assassinadas, mas que tiveram as suas histórias manchadas por décadas, aprofundando a dor das famílias e daqueles que com elas conviveram.

5 PERCURSO METODOLÓGICO E AS ESCOLHAS DE PESQUISA

A definição de uma metodologia para a análise de conteúdo sonoro é um processo desafiador e tem sido considerado assim por alguns dos maiores pesquisadores da área, como traremos a seguir. Sem dúvidas, esse foi o passo mais difícil de definir nesta pesquisa. Os *podcasts*, como mostramos ao longo dos nossos capítulos teóricos, são um fenômeno relativamente novo.

Os nossos objetos – *Praia dos Ossos* (Rádio Novelo) e *O Caso, Últimos Passos* (Criatura Multimídia) – foram lançados, respectivamente, nos anos de 2020 e 2023. E, há alguns anos, pesquisadores de rádio e mídias sonoras em que se inserem os *podcasts* têm discutido sobre a necessidade de metodologias que atendam a complexidade do meio.

Desde então, a análise dos produtos sonoros vem sendo constantemente discutida, em busca de métodos mais assertivos. Meditsch e Betti (2019) destacam que, no radiojornalismo, a mensagem está contida em muitos aspectos que ultrapassam o texto puro e simples.

O jogo de vozes não serve apenas para estabelecer um ritmo que ajude a manter a atenção do ouvinte, embora esta seja a sua intenção principal. A intercalação também sinaliza mudanças de assunto e de procedência das notícias; os diversos timbres e situações acústicas informam sobre a identidade e o contexto dos falantes. A qualidade de som estabelece também uma hierarquia de vozes: na base o entrevistado, com postura amadora; acima dele o repórter, treinado com o microfone; no ápice o apresentador no estúdio, com as melhores condições de emissão. (Meditsch e Betti, 2019, p. 8)

Diante desse entendimento, foi possível compreender que algumas propostas, embora muito utilizadas na pesquisa em comunicação, não eram capazes de abarcar a necessidade de compreender o áudio, e ainda mais um fenômeno como o dos *podcasts*. Partimos, assim, para a busca de referências sobre como vem sendo feita a pesquisa nesse campo no Brasil.

No Estado da Arte que realizamos sobre o tema (Mustafá e Silva, 2023), foi possível observar a predominância da análise de conteúdo no estudo de *podcasts* narrativos em teses e dissertações entre os anos de 2012 e 2023. Essa metodologia é proposta por Bardin (2011) como:

um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando a obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens. (Bardin, 2011, p. 47)

Entretanto, a análise de conteúdo foi elaborada para estudar e observar o conteúdo de jornal impresso e não para mídias sonoras. Na **Figura 2**, demonstramos os tipos de metodologia utilizadas para analisar *podcasts* narrativos entre 2012 e 2023.

Figura 2 – Trabalhos sobre *podcasts* narrativos por metodologia



Fonte: Mustafá e Silva, 2023.

Por não dar conta de uma análise completa, os autores que trabalham com rádio, mídias sonoras e *podcasts* buscam uma triangulação com outras propostas, que discutiremos a seguir. Essa estratégia indica, ao nosso ver, justamente a necessidade de se complementar e ir além da análise de conteúdo.

Cabe aqui destacar, como já abordamos nesta pesquisa, que consideramos o *podcast* como um produto que utiliza a linguagem radiofônica. De acordo com Ferraretto (2014, p. 38-40), a linguagem radiofônica que é similar ao *podcast*, envolve a voz, a música, os efeitos sonoros e o silêncio. Nesse sentido, também relembramos uma crítica de Meditsch e Gobbi (2019). Para eles, a escolha pela análise textual e não dos elementos sonoros de um produto radiofônico “aparece como um problema a ser evitado quando o foco da análise é voltado ao conteúdo e não à forma” (Meditsch e Gobbi, 2019, p. 2).

Kischinhevsky também é crítico à preferência por esse método. Ele destaca a necessidade de analisar não só o que se diz, “mas como se diz, como estes conteúdos circulam, são apropriados pela audiência, ressignificados. Estamos só na infância da pesquisa sobre *podcasting*, que tem muito a ganhar com o arcabouço teórico-metodológico dos estudos

radiofônicos” (Kischinhevsky, 2022, p. 174).

O autor chama atenção para o fato de que os produtos sonoros podem ser analisados em suas diversas esferas, como produção, transmissão/distribuição/veiculação, enunciação, linguagens, interação com a audiência, escuta/recepção/consumo/apropriação dos conteúdos. “Considerando-se a complexidade do rádio expandido, que articula elementos sonoros e parassonoros, é importante considerar abordagens multimétodos que deem conta de diversos aspectos, evitando uma imagem enviesada, limitada, do objeto eleito” (Kischinhevsky, 2021, p. 5).

Outra autora que é uma referência fundamental para esse trabalho, Débora Cristina Lopez (2018), chama atenção que, quando se trata de pesquisas radiofônicas, o áudio é uma variável necessária a ser considerada, ao mesmo tempo em que reconhece a dificuldade de fazê-lo. “O desafio principal da aproximação entre rádio expandido e métodos digitais reside no áudio como objeto e nos limites das ferramentas para mineração e análise desse conteúdo” (Lopez e Freire, 2018, p. 3).

E mesmo Luana Viana (2023), outra autora fundamental nos recentes estudos de *podcast*, em seu livro “Jornalismo narrativo em *podcast*: imersividade, dramaturgia e narrativa autoral”, admite a própria busca por métodos assertivos. “Fenômeno relativamente recente, como temos visto, o novo formato desperta inquietações metodológicas – como é o nosso caso” (Viana, 2023, p. 112).

As críticas de Kischinhevsky, Meditsch e Gobbi, Lopez e Viana, que são muito importantes nessa pesquisa, nos alertaram para a necessidade de se pensar metodologias que possam atender à complexidade desse objeto. Foram muitas leituras de propostas metodológicas para que pudéssemos encontrar um caminho. Com base nesses apontamentos feitos, compreendemos a necessidade de buscar mais de uma ferramenta de análise e, para isso, inspiramo-nos justamente em uma proposta feita no limite dos muros do local que nos acolheu como pesquisadores, a Universidade Federal do Maranhão, campus Imperatriz, como explicaremos a seguir.

5.1 Na trilha de uma proposta com inspiração caseira

A discussão que trouxemos sobre a busca de metodologias para a análise sonora não é uma exclusividade desse ramo da pesquisa. A comunicação, como um campo das ciências humanas, vive essa busca por metodologias adequadas, como destaca Lúcia Santaella (2001). Para a autora, não há uma metodologia “hegemônica” ou um procedimento padrão universal.

Ela aponta que devido ao perfil multidisciplinar das áreas, é possível optar por “metodologias mistas, integradas e complexas” (Santaella, 2001, p. 134).

Nesse sentido, Thaisa Bueno e Marcelli Alves (2020, p. 191) realizaram “uma revisão teórica sobre a pesquisa de métodos mistos com o propósito de lançar luz para o modelo e quem sabe instigar sua prática”. As autoras trazem a definição de Teresa Duarte (2009), para quem “o processo da investigação social é repleto de tentativas que visam combinar em uma única averiguação diferentes métodos”. Tal tipo de pesquisa passou a ser chamado com frequência de “modelo misto”, “modelo múltiplo” ou “triangulação”. Com base em Teresa Duarte, portanto, aqui vamos adotar o termo triangulação metodológica para nos referir às nossas escolhas metodológicas que serão explicitadas.

A triangulação metodológica, segundo Braga e Tuzzo (2016, p. 2), “prevê os diversos ângulos de análise, as diversas necessidades de recortes e ângulos para que a visão não seja limitada e o resultado não seja restrito a uma perspectiva”. Jankowski e Wester *apud* Bueno e Alves (2020, p. 199) “apresentam quatro possibilidades, não da ordem da pesquisa, mas de escolhas na construção do processo metodológico: triangulação de dados, triangulação de pesquisadores, triangulação de teorias e triangulação de métodos”. Quanto ao último, a triangulação metodológica é a que utiliza diferentes métodos de coleta e análise de dados.

Triviños (1987) defende que a triangulação permite abranger a máxima amplitude na descrição, explicação e compreensão do foco em estudo. “Parte de princípios que sustentam que é impossível conceber a existência isolada de um fenômeno social, sem raízes históricas, sem significados culturais e sem vinculações estreitas e essenciais com uma macrorrealidade social” (Triviños, 1987, p. 38).

Amparamo-nos também em Duarte, que destaca o papel da triangulação como possibilidade de maximizar a assertividade dos resultados obtidos na pesquisa. “Denzin afirmava que, em face das ‘fraquezas’ e das ‘virtudes’ de cada método, a ‘triangulação’ consistia num processo complexo de colocar cada método em confronto com outro para a maximização da sua validade” (Duarte, 2009, p. 12).

Denzin, também trazido por Bueno e Alves, distingue dois subtipos de triangulação: “a triangulação intramétodo – que envolve a utilização do mesmo método em diferentes ocasiões – e a triangulação intermétodos – que significa usar diferentes métodos em relação ao mesmo objeto de estudo” (Denzin, 1989 *apud* Duarte, 2009, p. 45).

No decorrer desta pesquisa, portanto, percebemos a necessidade de utilizar a triangulação metodológica que, com base nas definições trazidas, consideramos como uma triangulação intermétodos, que deve permitir uma análise e a descrição dos dois *podcasts*

dentro de determinadas categorias que vamos criar.

Diante disso, deparamo-nos com a Análise Audioestrutural do *Podcast* (AAP), proposta pela pesquisadora Gessiela Nascimento em sua dissertação de mestrado, intitulada “As fontes no *podcast* *mamilos*: uma proposta de análise audioestrutural” (2022), que visa, justamente, essa experimentação de métodos para analisar o *podcast* *Mamilos*. Ao mesmo tempo em que nos atende para os objetivos desta pesquisa, buscamos valorizar um trabalho feito “fora dos grandes centros”.

A pesquisa foi realizada dentro do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCom) da UFMA, campus Imperatriz. Uma vez que criticamos aqui a concentração dos estudos sobre *podcast* justamente nas regiões Sul e Sudeste, é coerente valorizarmos uma proposta que surge em um programa de pós-graduação no interior do Maranhão, na região Nordeste do país, como uma alternativa em um momento de descoberta e testes de métodos para o estudo do *podcast*. Em conjunto, é claro, com outros autores como Luana Viana, Eduardo Meditsch, Juliana Gobbi Betti e Marcelo Kischinhevsky os quais têm apontado em seus estudos que envolvem *podcasts*.

Gessiela Nascimento destaca que “os estudos sobre *podcasts* são um espaço em potencial para o desenvolvimento de pesquisas em diversas vertentes e dinâmicas” e que “não se pretende limitar ou sanar os questionamentos, reflexões e debates acerca do assunto, mas uma contribuição para o campo de estudo” (Nascimento, 2022, p. 66).

Diante do que já expusemos, sobre a possibilidade de abordagens multimétodos, ou triangulação, a AAP já engloba essa possibilidade, uma vez que se baseou na Análise de Conteúdo de Bauer (2002) e Bardin (2006) e na Análise da Materialidade Audiovisual (Coutinho, 2016), que classifica em unidades o texto, som, imagem, tempo e edição.

Desta forma, a Análise Audioestrutural estabelece uma hibridização dos aspectos quantitativos e qualitativos para o desenvolvimento da pesquisa, essencial para avaliar um grande volume de informações e a compreensão do material alocado em categorias para traçar a estrutura do *podcast*; as fontes dos episódios; análise sonora e descritiva das pautas abordados e as dimensões sociais, culturais, econômicas, políticas ou as inter-relações. (Nascimento, 2022, p. 66)

A autora explica que para realizar a AAP, é “necessário realizar o mapeamento do tema; selecionar e delimitar o conteúdo para coleta; analisar as informações inseridas em cada categoria e interpretar de forma analítica fazendo conexões pertinentes entre o tema, objetivos e teóricos” (Nascimento, 2022, p. 66).

5.2 As categorias de análise

A pesquisa se organiza em três grandes grupos de análise, que são explicitados na **Figura 3** a seguir, proposto por Nascimento (2022).

Figura 3 - Passos da análise



Fonte: Nascimento, 2022.

Dentro dessas três fases principais, a autora cria categorias de análise para cada uma delas. Assim como Gessiela Nascimento (2022), vamos identificar cada *podcast* e descrever a estrutura de cada episódio, como propõe a primeira fase e, por fim, nos ater à última fase, que é qualitativa, de acordo com as seguintes categorias de análise, já propostas pela pesquisadora: análise do material e contextualização. Como afirma Gessiela Nascimento (2022), essa fase qualitativa tem inspiração na Análise da Materialidade Audiovisual (Coutinho, 2016).

Na proposta de Nascimento (2022), constam, na terceira fase, as seguintes categorias, que reproduzimos aqui na íntegra:

1. **Análise do material:** pode ser utilizada conforme necessidade do pesquisador, de uma escuta atenta, descritiva e com anotações pertinentes para observação, mas também como análise do discurso, por meio da decupagem ou pergunta específica. A partir disso, estabelecer outras categorias que contemplem o

caminho escolhido;

2. **Contextualização do material:** quando o episódio se estabelece na dimensão social, cultural, política e econômica. Vale lembrar que neste segundo momento, o pesquisador é livre para buscar um diálogo, por exemplo, com os produtores/apresentadores do objeto investigado a fim de esclarecimentos.

Adotaremos essas duas categorias propostas, sendo que, no primeiro momento, de análise do material, seguiremos os seguintes passos, que detalhamos a seguir na **Figura 4** abaixo:

Figura 4 – Categorias para a Análise Audioestrutural do *Podcast*



Fonte: Elaborado pelo autor (2024)

Esta análise dos dois *podcasts* será realizada por meio da escuta atenta. Consideramos como escuta atenta a que não considera o áudio como pano de fundo, mas como principal foco da atenção. Por isso, a análise será feita usando fones de ouvido, observando as seguintes subcategorias: tipo de narrativa (1ª ou 3ª pessoa); cronologia (episódio segue a ordem histórica ou não); classificação de fontes; uso de trilhas, uso de efeitos sonoros; e uso de ganchos de tensão.

A escolha dessas categorias se deve ao fato de que, a alternância no uso de 1ª e 3ª pessoas é uma das principais características dos *podcasts* narrativos. Já a cronologia é um dos pontos usado na narrativa ficcional para a peripécia de que tratamos, e a inversão de expectativas. A classificação das fontes é importante para compreendermos se há o maior uso de personagens, característica da ficção, ou fontes oficiais, assim como os ganchos de tensão,

que é uma das características da ficção.

Para melhor compreensão, partimos da premissa de Anna Bentes (2021, p. 196), para quem “hoje, com um espaço-tempo ainda mais saturado de estímulos visuais e informacionais em paralelo às demandas por um desempenho maquínico 24/7, a atenção se torna um recurso ainda mais escasso e, por sua vez, ainda mais valioso”. A autora destaca que, se há uma superabundância de conteúdos visuais, informacionais e interativos, o que falta é justamente atenção (e tempo) para acessar e consumir todo esse oceano de ofertas” (Bentes, 2021, p. 196).

Aqui também precisamos trazer mais duas definições que completarão a nossa pesquisa. Adotaremos a classificação das fontes, proposta por Chagas (2020), divididas assim: oficiais (ocupantes de cargos eletivos e servidores de poderes); empresariais (associações representativas de empresas); institucionais (organizações do terceiro setor ou movimentos sociais); testemunhais (que presenciaram acontecimentos); populares (vítimas ou pessoas comuns); especialistas (profissionais com notório saber) e notáveis (celebridades, artistas, esportistas).

Já como ganchos de tensão consideramos “a suspensão ou interrupção de determinada cena ou atração em um momento de tensão, de modo a fazer com que o público se sinta convidado a continuar assistindo ao conteúdo no bloco ou no capítulo seguinte” (Briglia *et al.*, 2021).

Sentimo-nos à vontade para criação de categorias, pois, Gessiela Nascimento (2022), em sua proposta, destaca que o objetivo é que a AAP “possa ser utilizada para investigar diversas estruturas e as categorias sirvam de base, ponto de partida e inspiração para muitas outras. Ela não se apresenta como uma proposta fechada ou exata, mas uma metodologia que pode ser aperfeiçoada” (Nascimento, 2022, p. 65).

Feita essa primeira análise, em seguida, fizemos a contextualização do material, segundo propõe a pesquisadora, com informações sobre “como o episódio se estabelece na dimensão social, cultural, política e econômica”. Para isso, seguimos a proposta de Nascimento (2022, p. 70), de “diálogo com os produtores/apresentadores do objeto investigado a fim de esclarecimentos”.

Realizamos, portanto, no momento de contextualização, entrevistas semiestruturadas com os produtores dos *podcasts*, com vistas a compreender que estratégias elas utilizam com o objetivo de prender a atenção dos ouvintes. Tais informações foram confrontadas com as colhidas durante a análise dos dois programas.

No caso do *podcast Praia dos Ossos*, entrevistamos a diretora de criação, Paula

Scarpin, e Aurélio de Aragão (2025), responsável pelo roteiro, segundo consta no site da produtora, Rádio Novelo. Já em relação ao *podcast O Caso, Últimos Passos*, realizamos a entrevista com a diretora-executiva da Criatura Multimídia, Heloísa Eterna, isso porque ela assina, sozinha, também a produção e roteiro do *podcast*.

Para as entrevistas, amparamo-nos em Gil (2011, p. 115), para quem a técnica da entrevista, se comparada com a do questionário, apresenta vantagens, como: “possibilita a obtenção de maior número de respostas, o entrevistador pode esclarecer o significado das perguntas e adaptar-se mais facilmente às pessoas e às circunstâncias, bem como a tonalidade de voz e ênfase nas respostas”.

No caso de Aurélio Aragão (2025) e Heloísa Eterna, realizamos a entrevista por meio da plataforma *Google Meet*, uma vez que realizá-las presencialmente, em produtoras que ficam em dois estados diferentes (Rádio Novelo, em São Paulo e Criatura Multimídia, no Rio de Janeiro) teria um custo financeiro alto. Ao mesmo tempo, consideramos, amparados em Gil (2011), que, ainda que *online*, a entrevista ao vivo tem benefícios em relação à condução, se comparada à solicitação de respostas por e-mail ou aplicativos de mensagem.

Ainda assim, precisamos recorrer ao questionário, enviado por e-mail, para a diretora de Criação da Rádio Novelo, Paula Scarpin. Conforme destaca Gil (2011, p. 213, o questionário “constitui o meio mais rápido e barato de obtenção de informações”.

Após a realização das entrevistas, fizemos a contextualização do material, que trazemos a seguir do que foi analisado no momento da escuta dos episódios. Em seguida, trazemos as considerações finais deste trabalho, com base no que foi encontrado nesses dois momentos da metodologia.

6 A ANÁLISE DE DADOS

Apresentamos a seguir informações sobre os dois *podcasts* escolhidos para esse trabalho, seguidos da análise e contextualização, com inspiração na proposta metodológica apresentada por Gessiela Nascimento (2022), denominada de Análise Audioestrutural do *Podcast*, levando em conta a análise do material e contextualização, com a realização de entrevistas.

6.1 Sobre os objetos: *Praia dos Ossos*¹⁰ e *O Caso, Últimos Passos*¹¹

“No dia 30 de dezembro de 1976, Ângela Diniz foi assassinada com quatro tiros numa casa na Praia dos Ossos, em Búzios, por seu então namorado Doca Street, réu confesso. Mas, nos três anos que se passaram entre o crime e o julgamento, algo estranho aconteceu. Doca tornou-se a vítima”. Essa é a descrição do *podcast* postada no site da Rádio Novelo. A produção é uma série com oito episódios, divulgados entre 12 de setembro e 31 de outubro de 2020.

Praia dos Ossos esteve a cargo das idealizadoras da Rádio Novelo, a tradutora e professora Branca Viana, a jornalista Paula Scarpin e a pesquisadora e tradutora Flora Thomson-DeVeaux. Em entrevista à *Revista Meio e Mensagem* (2022), Branca Viana destacou que tocar uma produção como essa exige um trabalho exaustivo e detalhista.

Não sabemos fazer *podcast* em três meses. Precisamos de muito tempo, porque não é apenas sobre fazer entrevistas, editá-las e colocar uma música boa. É isso também, mas há todo um período necessário de pesquisa e de compreensão do tema para entendermos direito o que pensamos sobre aquilo e o que iremos apresentar ao nosso público. (*Meio e Mensagem*, 2022, *on line*)

Segundo a reportagem, o tema do assassinato de Ângela Diniz veio à tona em uma conversa de Branca com Paula sobre crimes que marcaram sua infância, e após escrever uma reportagem para a *Revista Piauí*, sobre Elize Matsunaga, que matou e esquartejou o marido.

Não gosto de acompanhar esse tipo de história, porque me deixa triste e me dá medo, então não conheço muitas, mas começamos a falar sobre crimes e compartilhei o caso da Ângela, pois me marcou muito quando era menina e ainda

¹⁰ **Praia dos Ossos**. Disponível em: <https://radionovelo.com.br/originais/praiadosossos/>. Acesso em: 10 nov. 2024.

¹¹ **O Caso, Últimos Passos**. Disponível em: <https://podcasts.apple.com/br/podcast/o-caso-%C3%BAltimos>. Acesso em: 10 nov. 2024.

representou a virada do movimento feminista (Meio e Mensagem, 2022, *on line*)

Branca ainda ressaltou na reportagem que, nesse caso, chama a atenção como a movimentação das mulheres por direitos foi capaz de influenciar a justiça, e ajudar na condenação do assassino de Ângela Diniz, Doca Street. “Elas conseguiram. Todos os advogados e juizes com quem conversamos para o *podcast* falaram que o segundo julgamento do Doca Street aconteceu devido à atuação das feministas. Então, de certa forma, foi uma vitória”, relata. “Quando Paulinha ouviu essa história, teve interesse pelo caso, pois não conhecia e gosta de cobrir crimes, mas também porque é feminista. Percebemos ali que a narrativa daria um super *podcast*”, completa a produtora (Meio & Mensagem, 2022, *on line*).

A história completa é contada em oito episódios, mas há ainda três bônus (que aqui não serão analisados).

6.2 O Caso, Últimos Passos

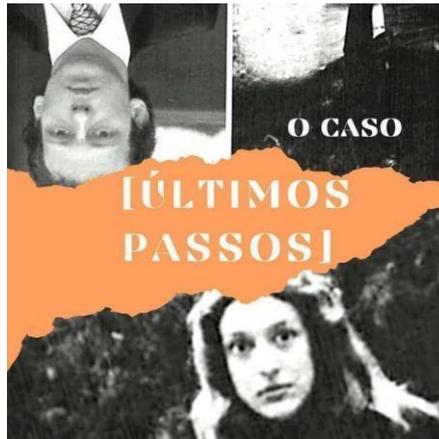
Já a descrição do *Podcast O Caso, Últimos Passos*, postada no *Apple Podcasts*, destaca que a produção “refaz os caminhos da jovem Claudia Lessin Rodrigues, irmã da atriz Marcia Rodrigues, assassinada em 1977. E chega às respostas de onde, quando e o porquê ela foi morta. O *playboy* Michel Frank, filho de um empresário suíço, é acusado com Georges Khour, cabeleireiro da *High Society* carioca”.

A produção é descrita como uma “série documental de investigação, que faz uma revisão da história relatada pela mídia e pela polícia a partir de uma única versão: a dos acusados. Mostra a importante atuação do detetive Jamil Warwar, e coloca em foco o alto índice de feminicídio no Brasil”.

O *podcast* tem nove episódios (contando com um bônus), postados entre 4 de abril e 4 de maio de 2023.

6.2.1 A análise: O Caso, Últimos Passos

Figura 5 - Folder do *Podcast Últimos Passos*



Fonte: O caso, 2022.

Ficha técnica

Ano: 2022

Apresentação: Heloísa Eterna

Estrutura: Narrativo

Número de episódios: Oito

Tipo: Temporada única

Espaço de circulação: Multiplataformas (*Spotify, Apple, Deezer*)

Expansão: Não tem site ou redes sociais

Design do programa: Apenas arte de capa

Associação: Criatura Multimídia

Duração: Média de 30 minutos

Realizamos a escuta atenta dos oito episódios do *podcast* entre os dias 10 e 23 de maio de 2024, pela plataforma *Spotify*, em velocidade normal, utilizando fones de ouvido para maior percepção de todo o conteúdo.

6.2.2 Um crime e seu contexto familiar e histórico

Episódio 1 – [Av. Niemayer]

No primeiro episódio, denominado *Avenida Niemeyer*, que tem duração de 27 minutos e 39 segundos, conseguimos observar o amplo uso de efeitos sonoros para ambientar o ouvinte. Aos quatro minutos, a narradora começa a contar como foi encontrado o corpo da jovem Cláudia Lessin – que motiva a história – com sinais de tortura. Um dos entrevistados, um fotógrafo, que foi um dos primeiros a ver o corpo, descreve: “ela foi torturada... tinha uma coisa que chamava muita atenção, que até hoje ninguém conseguiu descobrir”. Nesse

momento, o depoimento é interrompido, deixando o ouvinte à espera do desfecho, e de qual seria esse detalhe.

Em vez de trazer os entrevistados, antes, a narradora se questiona, aos seis minutos: “Mais de 40 anos depois, as personagens do caso ainda estavam vivas? Eu conseguiria descobrir o paradeiro do detetive Jamil Wavar, figura decisiva na investigação do assassinato de Cláudia?”. A seguir, ela narra a busca pelo delegado, e se utiliza, inclusive, do som ambiente para demonstrar quando chega à casa dele, o detetive Jamil Wavar, responsável por elucidar o crime. Nesse momento, aos sete minutos e dez segundos, é possível ouvir o som dos pés ao subir as escadas e o barulho da campainha. Assim, todo o cenário aponta para a entrevista com o delegado. Em vez disso, a narrativa é interrompida novamente, aos 7 minutos e 40 segundos.

É a vez de descrever o delegado, e a produção se utiliza de dois entrevistados que contam características físicas e da personalidade dele. Aos nove minutos, toca um telefone, e o delegado Wavar enfim se apresenta, mas a narrativa é interrompida novamente. Com a narrativa interrompida, ela vai atrás de outra personagem central da conversa, a atriz Márcia Rodrigues, irmã da vítima, e destaca que ela jamais havia dado nenhuma entrevista sobre o caso.

Aos dez minutos, inicia-se o depoimento da irmã da vítima. Nessa escuta inicial, já conseguimos identificar dois elementos que ajudam a prender a atenção: a trilha e a interrupção frequente da narrativa, gerando um “gancho de tensão”. Observamos, logo no primeiro episódio, que esses ganchos são utilizados dentro de um mesmo episódio, sempre adiando um desfecho quando ele parece vir.

Somente aos 11 minutos do primeiro episódio, após a fala inicial da irmã da atriz, é que a narradora se apresenta e faz um convite para que todos ouçam o *podcast* e compreendam as razões do assassinato. O episódio então é retomado intercalando a entrevista de Márcia e do detetive responsável pela investigação, apresentado no início. Mas os relatos não duram um minuto, e a narradora retoma as rédeas da apresentação para narrar o contexto político da época, em meio à ditadura militar.

É possível observar no primeiro episódio essa total ausência de cronologia para narrar os fatos. A história vai e vem, é interrompida e retomada, sem necessariamente seguir a ordem temporal. Quando se espera um desfecho, ele é quase sempre adiado. O episódio, no entanto, se encerra sem um gancho de tensão. O encerramento do primeiro episódio é um *teaser* para o episódio seguinte: No próximo episódio: a relação tumultuada com os pais, a ida aos Estados Unidos, a terapia e a idolatria pela irmã.

Episódio 2 – [A Cocaína]

O episódio 2, denominado *A Cocaína*, é dedicado a situar o ouvinte de como o uso dessa droga se difundiu no Rio de Janeiro, cidade em que a vítima vivia, durante a década de 1970, assim como trazer um panorama da juventude de Cláudia. Logo em 1 minuto e 50 segundos, é citado que o assassinato de Cláudia foi ligado inicialmente ao consumo da droga, mas sem explicar, na sequência, o porquê. Mais uma vez, não há cronologia no relato da história.

Em dois momentos da edição, há um momento de tensão que não é aliviado pela narrativa. A narradora cita um episódio em que a vítima, Cláudia Lessin Rodrigues, teria tentado matar o pai com uma arma, aos 3 minutos e 45 segundos. Essa citação desperta a atenção do ouvinte, mas não é retomada ou explicada no decorrer.

A narrativa desse episódio, que tem 22 minutos e 21 segundos, transita entre relatos sobre a mudança de Cláudia para os Estados Unidos, devido à sua rebeldia no Brasil, e sua vida lá, intercalada com comentários de pessoas que a conheciam, sobre a personalidade dela. Chama a atenção que, a partir desse episódio, passa-se a utilizar com frequência uma trilha rápida de passagem entre as mudanças de história, um som que lembra o do herói e personagem de quadrinhos “*The Flash*”, que funciona quase como um alerta de interrupção da narrativa.

O segundo episódio termina com um depoimento sobre como Cláudia estava em um momento de emancipação política, que foi interrompido por sua morte. O encerramento se dá com a frase “Isso infelizmente não aconteceu, pois ela foi assassinada”, despertando o interesse pela explicação que vem a seguir.

Os elementos parassonoros no episódio dois são similares. Percebemos o uso de trilhas de passagem, sempre que a história vai mudar de rumo, assim como trilhas de ambientação de entrevistados ou cenários que estão sendo narrados.

Episódio 3 – [Homens-Abutres]

No episódio 3, denominado *Homens-Abutres*, o assassinato da jovem volta ao assunto, com o áudio de trecho de reportagem sobre o caso. No entanto, ainda não é momento de ouvir a história sobre o que ocorreu. Em seguida, logo aos 25 segundos, a narradora corta esse *clímax* e cita três pessoas ouvidas por ela, que sentiam culpa por não terem feito algo que pudesse evitar a morte da jovem.

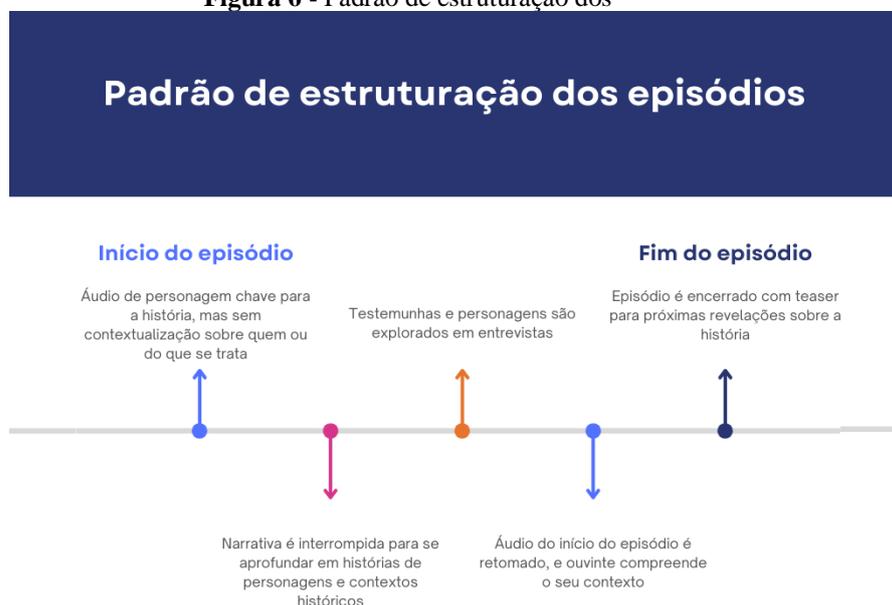
O programa trata principalmente da inserção da jovem na noite, quando ela volta de sua passagem pelos Estados Unidos e começa a participar de festas nas novas boates do Rio

de Janeiro. As histórias de festas vão se afunilando para chegar à festa onde a jovem foi morta. Aos 18 minutos e 20 segundos, entra em cena a voz da reconhecida atriz Júlia Lemertz, que lê uma carta escrita pela irmã da vítima. No texto ela critica o ex-diretor de cinema, já falecido, Pedro Rovai, que teria apresentado a atriz Cláudia Lessin aos seus assassinos. O cineasta, que teria sido ex-namorado da vítima, é citado em vários momentos do episódio 3.

É apenas no fim dessa terceira parte, por volta dos 22 minutos, que se chega à festa onde a jovem perdeu a vida e que é o assunto principal do *podcast*. Uma trilha rápida de passagem, no entanto, corta para a manhã seguinte e o episódio vai se encerrando com uma série de relatos sobre como a família e amigos souberam da tragédia. Há o relato de quando a mãe percebe, aos 22 minutos e 50 segundos, que ela não dormiu em casa e se preocupa ao ouvir no rádio a notícia de que o corpo de uma mulher havia sido encontrado na Avenida Niemeyer.

O episódio termina em mais um ponto de tensão, com a irmã da vítima relatando como foi o reconhecimento do corpo da irmã, e com a produtora relatando como o corpo foi encontrado. Após três episódios, ainda não há um detalhamento do crime e seus autores.

Figura 6 - Padrão de estruturação dos



episódios

Fonte: Autor, 2024

6.2.3 A cobertura da imprensa e a investigação

Episódio 4 – [O perfil de Claudia traçado pela mídia]

O quarto episódio, denominado *Cláudia: o perfil traçado pela mídia*, começa de forma chocante, com a seguinte sonora aqui descrita: “Uma cena horrorosa simplesmente. O corpo todo tremendo. Eu me precipitei e dei uma bofetada no rosto de Cláudia pra ver se parava aquele tremor”. A narradora, entretanto, não explica de quem é a descrição. Novamente, nesse trecho, flerta-se com a explicação sobre o assassinato, tema do *podcast*. No entanto, o episódio segue, narrando os dias angustiantes, para a família, após o crime. Cabe destacar que, nesse episódio, pela primeira vez, as trilhas de passagem, entre um assunto e outro, agora não são apenas o som rápido que se ouvia nos anteriores, mas também o barulho das ondas do mar.

A narradora, então, conta que os pais, inexperientes no trato com a imprensa, relataram nas primeiras entrevistas que a filha havia se desinteressado pelos estudos e saía todas as noites, sem hora para voltar. A declaração foi suficiente para que a mídia, a partir dali, traçasse um perfil dela. Aos 5 minutos, a narradora começa a descrever o enterro e como era o comportamento dos parentes. Já aos 7 minutos e 40 segundos, retorna ao delegado Jamil Wavar, com detalhes sobre a investigação e seu primeiro suspeito. Antes disso, porém, é preciso traçar o perfil do detetive, com depoimentos de jornalistas da época.

Por volta dos 13 minutos, a narradora começa a montar as peças da investigação, e do principal suspeito até então, chamado Michel. Em seguida, ela vai dando detalhes de como a investigação foi chegando ao suposto autor, filho de um empresário influente no Rio de Janeiro à época e com interlocução com militares. O delegado do caso acaba sendo afastado, o que se torna o assunto narrado na sequência.

Aos 24 minutos, o áudio que dá início ao episódio é retomado, quando se revela aquela descrição inicial da versão de Michel Frank, principal suspeito, que alega que a vítima morreu de overdose de drogas e álcool e ele tentou socorrê-la. O episódio termina com o seguinte teaser: “No próximo episódio: diante do corpo mole da polícia, a dobradinha entre o detetive Jamil Wavar e o jornalista Carlos Amorim leva a duas testemunhas que reconhecem os suspeitos.”.

Nos episódios 5 e 6, o recurso de iniciar a narrativa com um áudio testemunhal na abertura do episódio, sem indicar de quem é a voz, gerando uma curiosidade e expectativa, é novamente utilizado. O contexto e a autoria do relato só serão revelados do meio para o fim do episódio.

Outro recurso recorrente que aparece aqui é introduzir alguém na história, mas não revelar sua importância para ela. Isso ocorre, por exemplo, quando no episódio 5 a narradora

cita pela primeira vez o delegado Waldemar Gomes de Castro, e diz: “Você vai saber mais à frente a importância dele no fechamento do caso”. Detalhes sobre a participação dele só serão revelados aos 18 minutos, caminhando para o fim do episódio.

Esse programa traz ainda alguns detalhes sobre como o corpo da jovem foi desovado no mar. Os criminosos o teriam levado dentro de uma mala, e amarrado pedras ao redor do pescoço para lançá-lo. Também há detalhes sobre os depoimentos das principais testemunhas: um pescador e um operário chamado Índio, que acompanharam as movimentações para a ocultação do corpo. O episódio termina com o *teaser* do episódio seguinte.

Episódio 5 – [O pescador e o Índio]

No episódio 5, a sonora de abertura traz: “Cheguei domingo de manhã. Era 5h30 da manhã mais ou menos quando eu cheguei. Eu vi uma mulher nua”. Denominado *O corpo fala*, o episódio se destina a relatar o laudo de exame cadavérico da vítima e as conclusões geradas por ele.

Basicamente, o laudo mostrou que ela foi morta após uma série de agressões, e que não havia cocaína, e nem mesmo álcool em seu organismo, na noite em que morreu. O laudo revela também agressões brutais, possivelmente com uma garrafa, quando ela já estava morta. E uma dilatação no canal anal que indicava violência sexual. É, portanto, no sexto episódio, já caminhando para o fim, que o ouvinte fica sabendo o que ocorreu com a vítima.

Ela foi violentada, agredida e morta por asfixia. Os responsáveis tentaram ocultar o corpo jogando-o no mar, amarrado por pedras, que acabaram se soltando e revelando o corpo da vítima. Aqui está a resposta de “como” a vítima foi morta. Faltam ainda respostas sobre quando, onde e porquê.

Aos 23 minutos, enfim é revelado de quem é a voz da personagem que aparece no início do episódio. Trata-se de uma mulher conhecida como Valéria, que trabalhava na casa de Michel Frank e viu Cláudia pela manhã, quando chegou. Mais uma vez, o episódio se encerra com um *teaser* do que vem a seguir; “No próximo episódio, novos personagens que teriam visto Cláudia no apartamento de Michel Frank, o julgamento surpreendente do cabeleireiro Jorge Kur e uma testemunha que faltava”.

6.2.4 O fim da história e as principais respostas

Figura 7 - Padrão de estruturação da história



Fonte: Autor, 2024.

O penúltimo episódio se inicia com a seguinte sonora:

Se eu pudesse dizer algo para os pais de Cláudia, eu diria que eu não quero que eles me perdoem. Eu acho que o perdão, pelo que foi feito com o corpo de Cláudia é algo quase imperdoável. Eu só queria que eles soubessem uma coisa. Cláudia, a partir do momento que teve o ataque, ela estava inconsciente. Ela não sofreu e não teve dor nenhuma.

Mais uma vez, o episódio inicia com um áudio, que, ainda que não identificado, pode-se presumir que se trata de Michel Frank.

Em seguida, começa a narrar, enfim, o que ocorreu na noite do crime. Antes dos cinco minutos de episódio, no entanto, a narrativa já é interrompida. A narradora passa a tratar das estatísticas de feminicídio no país, e da cobertura da imprensa sobre o caso. A narrativa vai transitando entre bastidores da investigação e relatos das pessoas sobre a fuga do Michel Frank, que, pouco antes de ser preso, com o apoio do pai milionário, fugiu para a Suíça.

Aos 26 minutos, quase ao fim do episódio, a frase inicial do episódio, dita por Michel Frank em uma entrevista, é finalmente revelada em seu contexto. O episódio termina com o *teaser*: “Algumas respostas sobre **onde, quando e porquê** a irmã da atriz Márcia Rodrigues foi assassinada, a vida que Jorge Kur leva hoje e o destino de Michel Frank.”.

A tendência que observamos, de sempre adiar as principais informações e desdobramentos importantes, é confirmada logo no título do oitavo e último episódio, denominado: “**Onde, quando e porquê**”. É, portanto, no fim da narrativa que a produtora se

propõe a responder as principais questões relativas ao crime, que em uma notícia ou reportagem de rádio tradicional, seriam sanadas de imediato.

O episódio destaca que, ao contrário do levantado durante a investigação, a vítima não participou de nenhuma festa, nem consumiu drogas. Ela teria sido morta um dia após chegar no apartamento de um dos autores, onde achava que haveria uma festa.

A suspeita é que os acusados estivessem sob o efeito de cocaína e esganaram a vítima após ela negar ter relacionamento sexual com eles. Depois disso, tentaram ocultar o corpo, jogando-o no mar, amarrado a pedras.

A última edição traz ainda informações sobre o que ocorreu com os dois acusados – um deles preso e condenado – pela morte de Cláudia. Michel Frank apareceu morto a tiros, 12 anos após o crime, no apartamento em que morava na Suíça, para onde fugiu depois do crime. O cabeleireiro Jorge Kur, na época da investigação do *podcast*, vivia uma vida de classe média alta em São Paulo. Na **Figura 8**, a seguir, destacamos os principais dados obtidos na análise.

Figura 8 - Principais dados obtidos na análise

QUADRO: ANÁLISE “O CASO, ÚLTIMOS PASSOS”	
<ul style="list-style-type: none"> Tipo de narrativa (1ª ou 3ª pessoa) 	<ul style="list-style-type: none"> Há uma alternância entre o uso da 1ª pessoa, quando a narradora se coloca dentro da história e da apuração, e da 3ª pessoa, quando ela se coloca como observadora da história.
<ul style="list-style-type: none"> Cronologia (episódio segue a ordem histórica ou não) 	<ul style="list-style-type: none"> A narrativa vai e vem, sem cronologia padrão. Tanto que os detalhes do assassinato, ponto principal da história, não são revelados até o fim do último episódio.
<ul style="list-style-type: none"> Fontes utilizadas 	<ul style="list-style-type: none"> A produção privilegia ouvir fontes testemunhais e especialistas, segundo a classificação de Chagas. A principal fonte oficial é o delegado responsável pela investigação.
<ul style="list-style-type: none"> Trilhas e efeitos sonoros 	<ul style="list-style-type: none"> Não identificamos trilhas em especial que representem suspense. Há ambientação de cenários, além de trilhas de passagem que marcam a virada de assunto.
<ul style="list-style-type: none"> Ganchos de tensão utilizados 	<p>Percebemos o uso de ganchos no início e fim dos episódios e principalmente antecedendo a fala de pessoas importantes para a história. A autora também usa o recurso de dar pequenas informações sobre algo importante, e em seguida interromper a narrativa.</p>

Fonte: Autor, 2024.

6.2.5 Contextualização: “Não estamos inventando a roda”

A jornalista Heloísa Eterna tem a sua marca em todas as etapas do *podcast O Caso, Últimos Passos*. “Eu criei, eu roteirizei, narrei, produzi e fiz as entrevistas. Eu não edito, mas estive ao lado do editor, pra dar a direção de um formato, de um esqueleto daquele roteiro”, relatou no início da entrevista concedida para esta pesquisa. Heloísa me atendeu por meio do *Google Meet*, na tarde do dia 13 de agosto de 2024, uma terça-feira. Já havia tentado conversar com ela, que vive no Rio de Janeiro, pelas redes sociais, onde encontrei o seu perfil no *Instagram, Twitter e Threads*, mas não obtive sucesso.

Conseguí contactá-la depois de descobrir seu e-mail pessoal na conta da rede social profissional *LinkedIn*, no dia 9 de agosto de 2024. Combinamos a entrevista para quatro dias depois. Nosso bate-papo durou cerca de uma hora e foi gravado com autorização dela. Para que a conversa fluísse com uma lógica, aplicamos um questionário semiestruturado, organizado previamente.

Embora o *podcast* tenha sido lançado em 2023, Heloísa Eterna iniciou o projeto ainda em 2019, e só foi lançado quatro anos depois, principalmente devido às dificuldades que ela enfrentou durante o período mais duro da pandemia da Covid-19. “Com a pandemia, dois anos, 2020 e 2021, e um pouco no início de 2022, eu fiquei sem ter como entrar em estúdio para fazer a narração e para entrevistar algumas pessoas”.

Ela lembra ter sido muito tocada pela história da morte de Cláudia Lessin Rodrigues, que ocorreu quando era adolescente e vivia em Goiânia (GO). Curiosamente, ela citou que a primeira ideia que teve foi contar a história da morte de Ângela Diniz, mas soube, pela imprensa, que havia uma produção em andamento sobre a história, capitaneada por Branca Viana. Trata-se do *podcast Praia dos Ossos*, o outro objeto de estudo deste trabalho. “Na hora, eu falei: - putz, cara, e agora? Mas, de repente, o meu tormento não durou muito tempo. Na mesma hora, eu falei, claro, Cláudia Lessin Rodrigues, este é um caso emblemático”.

Sobre a forma de narrar a história, questionei a jornalista sobre algumas estratégias que percebemos, como iniciar os episódios sempre com uma sonora de um dos personagens centrais. “Não foi premeditado, mas quando eu estava roteirizando, eu já ficava imaginando: vou começar o roteiro e simplesmente contando, narrando, chamando um personagem?”, questionou. Heloísa Eterna (2025) pondera que muitos dos áudios utilizados têm uma “sujeirinha”, por serem registros antigos, com mais de 40 anos, mas destaca que considerou relevante aproveitá-los.

Era interessante ter um artifício, vamos dizer assim, que esse artifício fosse um personagem daquela época falando alguma coisa e criasse interesse e conduzisse a audiência até o meio do episódio, ou até o final do episódio, para entender quem era aquela pessoa e por que ela estava falando aquilo. (Eterna, informação verbal, 2024).

Nesse sentido, o relato de Heloísa confirma a nossa impressão ao ouvir os episódios, do uso desse recurso como algo para chamar e manter a atenção do ouvinte. Outro recurso confirmado na entrevista foi o *teaser* que finaliza cada episódio, e que busca chamar atenção para novos detalhes da história que vem a seguir. Ela também revelou a inspiração nas narrativas dramáticas televisivas. “Aquilo ali que as novelas já fazem há muito tempo, as cenas dos próximos capítulos, que a gente sempre ouviu nas novelas. Isso, na hora que eu estava editando, eu falei: tem que ter alguma coisa aqui, chamando para o próximo”, relatou.

Porque se você termina com a fala de alguém, ou com a minha narração, pode ser que não crie tanto interesse. Mas se você já diz o que a pessoa vai ouvir, se você adianta um pouquinho, se você dá uma pista, a audiência, quem está ouvindo, vai querer continuar o próximo episódio. Acho que esses artifícios ajudam a manter a pessoa interessada (Eterna, informação verbal, 2024).

Também questionamos Heloísa sobre a forma de estruturação da história, em que observamos os desfechos sendo adiados, a ponto de as principais respostas serem dadas apenas no último episódio da narrativa. “Eu quis levar para o último porque você, mais uma vez, cria expectativa. Você deixa o cara que está te ouvindo, a pessoa que está te ouvindo querendo mais, querendo mais, querendo mais informação”, informou.

Outro recurso que a produtora disse ter usado é o de rememorar alguns pontos da história, que é longa, nos episódios finais. Heloísa então destaca que, apesar de ser um fenômeno relativamente novo, o *podcast* é carregado de referências. “Na verdade, a gente não está inventando a roda. É um formato que já nos acompanha, essa coisa que já vem sendo contada desde que o mundo é mundo. Nos livros, no cinema, no teatro”.

Sobre o uso de elementos parassonoros, a produtora destacou o desejo de estimular a imaginação. “O áudio tem muita coisa do rádio, em que você imagina, você fantasia, te leva para uma imaginação muito mais interessante, lúdica, do que quando você está vendo na telinha, ou no cinema, porque você está vendo aquela coisa mais concreta”, enfatizou.

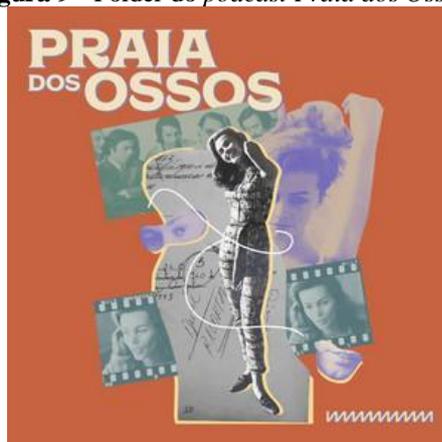
Heloísa trabalhou a trilha sonora com uma editora de som, Lely Figueiredo, e um editor de áudio, Antônio, que também é músico e compôs algumas das trilhas. “Eu sugeri para ele quando uma das amigas da Cláudia, dá o seu depoimento, eu falei que queria uma coisa, uma batidazinha mais bossa nova”, exemplificou. A ajuda de um músico fez com que a

produtora conseguisse, por exemplo, economizar em direitos autorais. Uma música que ela fazia questão, por exemplo, era “The Boss”, interpretada por Diana Ross. Antônio então criou uma batida inspirada na canção, para ambientar a narrativa quando o assunto eram as boates do Rio de Janeiro à época.

Outros recursos que ambientavam as circunstâncias do crime, como o barulho das ondas do mar, foram utilizados com cuidado e parcimônia, segundo a produtora. Aqui, compreende-se o porquê de não haver o uso de trilhas de suspense, por exemplo. “Fiquei um pouco temerosa que isso pudesse mexer um pouco com a família, tudo, ruído, música, toda a ambiência que eu ia dar para o *podcast* tinha sempre uma preocupação minha em não trazer mais dor para a família”, completou.

6.3 Análise do podcast Praia dos Ossos

Figura 9 - Folder do podcast *Praia dos Ossos*



Fonte: *podcast Praia dos Ossos*, 2020.

Ficha técnica

Ano: 2020

Apresentação: Branca Viana

Gênero: Narrativo

Número de episódios: Oito (mais três bônus)

Duração: Cada episódio tem cerca de 45 minutos (alguns chegando a 1 hora)

Tipo: Temporada única

Espaço de circulação: Multiplataformas (*Spotify, Apple, Deezer, Globoplay*)

Expansão: Site¹² e redes sociais da Rádio Novelo como Instagram

¹² **Rádio Novelo.** Disponível em: <https://radionovelo.com.br/>. Acesso em: 10 nov. 2024.

Design do programa: Arte de capa (cada episódio tem uma galeria de imagens no site)

Associação: Rádio Novelo

Realizamos a escuta atenta dos primeiros quatro episódios do *podcast* entre os dias 2 e 23 de dezembro de 2024, pela plataforma *Spotify*, em velocidade normal, utilizando fones de ouvido para maior percepção de todo o conteúdo.

6.3.1 Episódio 1 – O crime da Praia dos Ossos

O fato penal

“Deve ser aquela lá. Ou essa aqui. Não, essa da direita não”. O *podcast Praia dos Ossos* começa com um diálogo entre Branca Viana e Flora Thompson De-Veaux, narradora e pesquisadora do programa, respectivamente. É ambientando em uma praia. O ouvinte consegue ouvir, inclusive, o barulho do mar ao fundo. Branca explica que a gravação foi feita em junho de 2019, mês em que as duas foram para Búzios. “Não tinha esse muro, eu acho”. O texto inicial mistura esse diálogo ambiente, com a narração de Branca, em estúdio.

“Bem no final da prainha, a gente achou”. O que elas acharam, Branca revela, é a casa onde ocorreu o crime da *Praia dos Ossos*, o assassinato da socialite Ângela Diniz por Doca Street. Na sequência, Branca Viana apresenta seus personagens centrais, Ângela Diniz, “uma dessas pessoas que você não entende direito porque são famosas, mas estão sempre nas revistas”, e Doca Street, “de uma família paulista quatrocentona que já tinha visto dias melhores”.

Após essa apresentação, ela destaca a sua motivação pessoal para contar a história, que foi um divisor de águas para muitas mulheres. Aos 6 minutos e 40, Branca Viana se apresenta, e a vinheta dá início oficialmente à primeira edição. “Esse primeiro episódio é sobre um fato penal, como dizem nos autos: O assassinato de Ângela Maria Alves Diniz, por Raul Fernando do Amaral Street. Vamos conhecer os dois melhor ao longo da série, mas nesse primeiro momento o que importa é a história do crime”.

Mas não é exatamente a história do crime que ela inicia narrando. Ela relata que a pesquisa para o *podcast* começou em 2019, com mais de 60 entrevistados, consultas aos acervos da imprensa, além dos autos do crime. Então, a narradora começa a apresentar as notícias sobre a cobertura do crime, assim que ele foi consumado, lidas por um locutor. Em seguida, ela interrompe a história para traçar um panorama do que era Búzios à época do crime e hoje, além de como um crime de grande repercussão afetou o cenário em um local, até então, tão pacato.

Aqui, já temos uma informação importante dada logo no início do programa. O assassino, Doca Street, fugiu na noite do crime, e passou a ser procurado pelas autoridades, e como, dias depois, ele apareceu dando entrevistas à imprensa. O tratamento dos profissionais da comunicação dado a ele, quase como o de coluna social, segundo a autora, é também problematizado. “As entrevistas do Doca eram um tapa na cara da polícia, que tinha sido incapaz de pegar ele. Nesse meio tempo seus advogados organizaram todos os detalhes para que ele se entregasse”, traz o texto. Doca acabaria sendo detido em uma clínica médica em Taboão da Serra (SP), onde deu entrada procurando internação.

Por volta dos 16 minutos, o primeiro personagem é inserido na história, o advogado Paulo Badu, que atuou na defesa de Doca, e foi escolhido ao ser visto pelo assassino confesso na TV. Ele então relata as primeiras ações na defesa. Outro personagem é inserido em seguida, Angelo Saldanha, um psiquiatra que atendeu Doca na delegacia e o internou. Na sequência, por volta dos 20 minutos, a narradora cita o filme *Os amores da Pantera*, lançado em 1977 por Jece Valadão, uma história ficcional e que, segundo o texto, “reencena a morte retomando as especulações mais bizarras sobre o assassinato”.

Surge na investigação mais um personagem: um francês misterioso chamado Pierre, cuja ação – como amante ou traficante – teria motivado Doca a matar Ângela Diniz. O delegado do caso, até então, defendia a presença desse elemento, história nunca comprovada, a qual a imprensa aceitou. Por volta dos 25 minutos, mais uma pessoa é introduzida, uma amiga de Ângela Teixeira, que relata um pouco da sua amizade com a vítima.

Nota-se que estamos praticamente na metade do episódio, de 52 minutos, e “o fato penal, como dizem nos autos”, citado no início do episódio, ainda não foi completamente explicado. Aos 27 minutos, a narradora insere mais uma personagem: Gabriele Daher. Então a entrevista é interrompida por uma trilha musical. Em seguida, a narradora passa a descrever uma foto, na qual aparece Gabriele Daher. A narradora conta como a mulher alemã chegou ao Rio e passou a ser ouvida e interrogada pela polícia e pela imprensa sobre Ângela, e uma possível “inclinação anormal”, que se deduz, trata-se de uma tentativa de apontar Ângela como uma mulher homossexual ou bissexual, e que teria trocado Doca de uma maneira “inadmissível” por uma mulher. Cinco meses depois do crime, essa personagem, no entanto, sumiu. Uma das versões aponta que ela havia caído de um penhasco no mar.

A narradora também apresenta amigos de Ângela como personagens que passam a relembrar histórias vividas com ela, e, ao mesmo tempo, problemas no relacionamento com Doca, e o ciúme exagerado, além de relatos de violência sofrida daquele que seria seu assassino. Aos 38 minutos, caminhando para o fim do episódio, a narradora traz: “A gente

tentou remontar exatamente a cena do assassinato, mas não é simples”.

A versão do Doca, Branca explica, está bem detalhada em seu livro “Mea Culpa”, que é uma das fontes do *podcast*. A única testemunha do crime é a copeira Ivanira Gonçalves de Sousa, que recebeu a reportagem da Rádio Novelo. Vamos, então, para mais uma mulher, que é ouvida em Búzios, com o microfone, mais uma vez, captando toda a ambientação do local. Antes do crime, no entanto, a narradora relata como a copeira conheceu os donos da casa, e sua relação com eles. No meio da entrevista, a narradora relata que começou a ventar e chover (e a cena sonora demonstra isso).

Estamos no terço final do episódio e a testemunha relata detalhes da briga ocorrida no dia do assassinato: “Ângela terminou com Doca, ele então pegou, segundo a testemunha, uma bolsa marrom, de couro, saiu e ligou o carro”. Mas ainda não é hora do fato consumado. O advogado de Doca volta a ser citado no episódio para relatar que, nesse caso, ele saiu de casa emburrado. Segundo ele, era uma das estratégias para chamar a atenção de Ângela, o que, dessa vez, não deu certo. Ele diz que Doca volta para casa e pede para reatarm.

No seu livro, segundo o *podcast*, Doca descreve uma discussão, na qual teria sido chamado de “cornio”, e empurrado por Ângela ao chão, com a bolsa que carregava a arma, que caiu. Assim que Doca se levantou, atirou. “Foi tiro pra tudo quanto foi lado e ela não deu um A?”, relata a copeira. Aí, a história é novamente interrompida e há uma trilha de passagem. Ângela, não a Diniz, mas a amiga homônima, que também estava em Búzios, passa a relatar como ficou sabendo da morte. Segundo ela, foi pelo caseiro da vítima, que teria ido avisá-la.

Após a fala de Ivanira, Branca Viana destaca que há várias versões sobre as motivações do crime, e a prisão de Doca, por sete meses, até conseguir um *habeas corpus*.

Quanto mais o tempo passava, mais o assassinato sumia no horizonte, e com ele, a Angela Diniz também sumia como pessoa. Surgiram camisetas com a cara do Doca, um restaurante começou a servir filé Doca Street, e tinha até um drink com o nome dele, que era servido com quatro balinhas no copo (Viana, 2020, *on line*).

Em seguida, Branca questiona: “Como é que um homem mata uma mulher com quatro tiros na cara e vira herói?”. E completa: “Como uma mulher desarmada é morta com quatro tiros e vira a vilã da história. É isso que a gente vai tentar responder no próximo episódio, acompanhando o julgamento do Doca Street pela morte da Ângela Diniz”, anuncia a narradora.

Nesse primeiro episódio, conseguimos identificar o farto uso de personagens para relembrar a história desse crime. Também foi possível identificar que a produção alterna o uso

da 1ª e 3ª pessoa, com o uso de narração em estúdio, assim como a ambientação de entrevistas e visitas da produção. Também percebemos, em menor grau, o adiamento dos principais desfechos e informações, que são introduzidos no início do episódio, mas depois, discutidos e contextualizados, para serem revelados no terço final.

6.3.2 Episódio 2 – O julgamento

O julgamento

O segundo episódio trata do julgamento de Doca Street e inicia com uma enquete da Rádio Nacional, que ouve, em Cabo Frio (à época, Búzios era um distrito desse município), a opinião das pessoas sobre se o acusado deveria ou não ser condenado. Após essa abertura, a narradora já dá início à edição, com uma breve retrospectiva do primeiro episódio e convida o ouvinte desavisado a acompanhar a história no episódio anterior.

A narradora explica que ele só foi à julgamento quase três anos após o crime, em 1979. Na hora da sessão, o tumulto, e ela define como parecida com uma final do brasileiro, com torcida e tudo. “Nesse episódio de *Praia dos Ossos*, a gente vai acompanhar as 21 horas do julgamento de Doca Street”, anuncia Branca Viana. Em seguida, entra a trilha de abertura e vinheta, por volta dos três minutos: Episódio 2 - *O julgamento*.

O episódio, no entanto, começa com Carlos Lins e Silva, filho do advogado de Doca, que começa a falar sobre o pai, Evandro Lins e Silva, e sobre sua experiência e sua história, além de bastidores do julgamento. E são os bastidores, como a presença da imprensa, e o ambiente da sala de julgamento, o foco do início desse episódio. Em seguida, as estratégias de acusação e defesa para mobilizar os jurados. A reportagem busca mais um personagem: Vargas José Pires Neves, um dos jurados do caso, que começa a relatar sua história. Branca Viana volta a trazer o relato do filho do advogado, entrelaçando bastidores do caso e um pouco da história do famoso ex-criminalista e ex-ministro do Supremo Tribunal Federal, Evandro.

Aos 14 minutos do episódio, que tem mais de uma hora (1'04"), os primeiros áudios com o advogado defendendo a ação de Doca são reproduzidos, mas ainda não na audiência, e sim em uma entrevista para a TV Globo, na qual defende o ato do cliente como “um gesto de desespero” de um homem apaixonado “dominado por uma ideia fixa”, e que o “passional tem um talento para o trágico”. Por volta dos 17 minutos, é a vez de apresentar Evaristo de Moraes Filho, “outra estrela do direito criminal”, responsável pela acusação, no julgamento que é chamado pelos jornais de “duelo de titãs”.

Na sequência, voltamos ao julgamento. No dia 17 de outubro de 1979, às duas da tarde, os dois times entraram em campo. Quer dizer, a defesa e a acusação entraram no palco da sessão. As pessoas que conseguiram acompanhar o julgamento tiveram que passar 11 horas e meia só com a leitura dos autos. Mas a narradora avisa que vai poupar os ouvintes, pois o que interessa são os duelos de defesa e acusação.

Branca Viana começa, então, a narrar as apresentações dos defensores. Primeiro, pelos três colegas assistentes de banca da acusação, que acabaram com o seu tempo antes da fala de seu advogado principal. Em seguida, entram os advogados de defesa, com a sustentação da estrela, Evandro Lins, que define Doca como um homem bom, de conduta ilibada, que cuidava de sua família e que cometeu um deslize ao assassinar a namorada.

Ao mesmo tempo, o advogado traçava um histórico na tentativa de desqualificar a vítima. Em alguns pontos, a narradora faz questão de repetir o que já foi dito na sonora, ou reforçar, em uma estratégia de dizer ao ouvinte, ou lembrá-lo, no que é importante prestar a atenção.

Aos 30 minutos, por volta da metade do episódio, a apresentadora anuncia: “aqui a gente chega ao ponto central da defesa. A jogada de mestre que o Evandro vinha construindo, a ideia da legítima defesa da honra”. Já, já a gente volta. Na sequência do anúncio, o episódio entra com uma propaganda. Então a história é interrompida, e a produtora do *podcast* volta às legislações do Brasil Colônia, que remontam ao “direito” do homem matar uma mulher que fosse pega em adultério e casos ao longo da história brasileira que mostram como esse argumento, de diferentes formas, já era utilizado em outras épocas.

O filho de Evandro é novamente convidado para comentar a defesa do pai, que ainda não foi explicitada. Na sequência, é a vez de Artur Xexeo, jornalista que cobriu a audiência, comentar sobre a estratégia da defesa. Aos 40 minutos, ela volta para a audiência, quando o advogado defende que Ângela queria morrer, e que Doca seria um “instrumento” para o seu suicídio assistido.

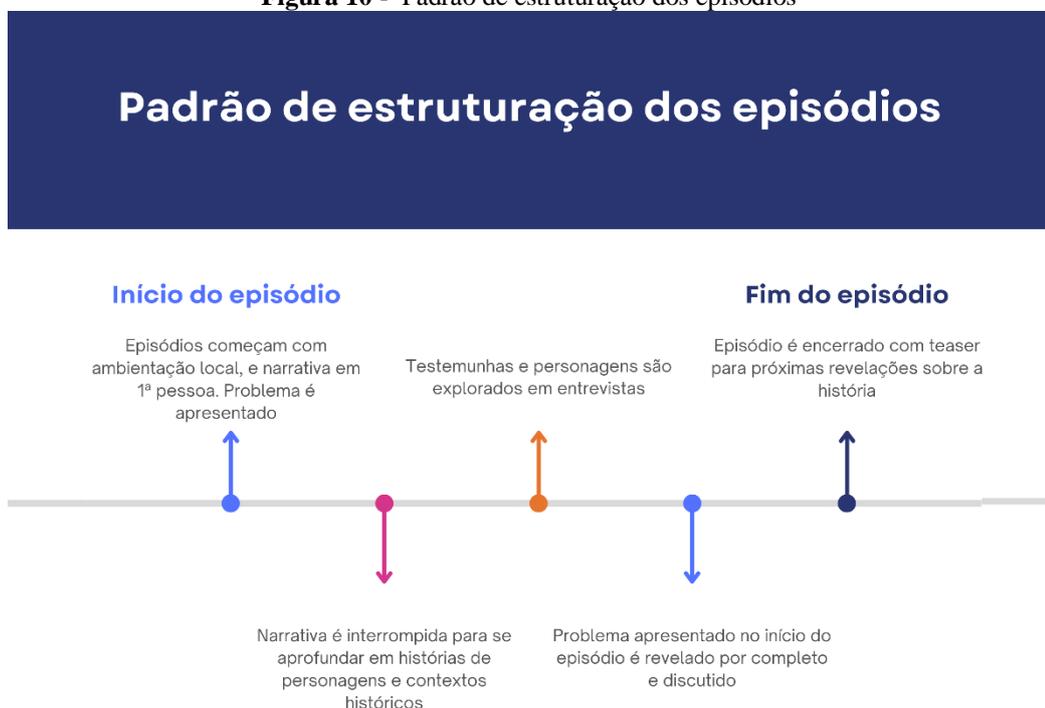
Aos 53 minutos, caminhando para o fim do episódio, após trechos de acusação e defesa, o juiz inicia a leitura da sentença. Uma pena de um ano e seis meses para Doca, e mais seis meses por ter fugido da Justiça, chegando a dois anos de sentença, suspensa. A narradora destaca que ele saiu livre, andando pelo Tribunal, e finaliza a narrativa com a repercussão da sentença na imprensa.

Branca Viana avisa que, no próximo episódio de *Praia dos Ossos*, “a gente vai viajar pra Minas e conhecer as origens da Ângela Diniz, pra tentar entender melhor como a Ângela passou de menina linda a mulher ameaçadora”. O episódio encerra com um *teaser* de

depoimentos sobre Ângela, que instigam para o próximo programa, mas não são identificados. Por fim, a narradora convida: “Se você quiser ver fotos dos personagens do julgamento, acesse o nosso site e redes sociais. Dentro da nossa página no *Facebook* tem um grupo do *Praia dos Ossos* se você quiser debater o episódio com a gente”. Aqui, percebemos a tentativa de “criar uma comunidade”, destacada por Davenport e Beck (2001) em nosso capítulo sobre a economia da atenção.

Nesse episódio, percebemos que as fontes são principalmente oficiais: advogados de defesa e acusação no julgamento. Do ponto de vista sonoro, o objetivo é tentar levar o ouvinte para dentro da audiência, com os áudios originais.

Figura 10 - Padrão de estruturação dos episódios



Fonte: Autor, 2024.

6.3.3 Episódio 3 – Ângela

A personagem Ângela

O terceiro episódio começa com um breve resumo do anterior, que “conecta” com a história que vem a seguir. A narradora destaca que o advogado de defesa usou como estratégia levar a vítima a julgamento. “Vênus lasciva e pantera que arranhava com suas garras os corações dos homens”. Por isso, ela remonta a história de Ângela, e a fama de

“mulher perigosa” que foi construída a partir de sua mudança para o Rio de Janeiro.

“Um dos objetivos dessa série é tentar recuperar a história dessa mulher”. O episódio é dedicado a reconstituir a história de Ângela, desde a infância e adolescência como moça católica em Belo Horizonte, com base em personagens que conviveram com ela.

Aqui sabemos do noivado de Ângela com Parker Gilbert e o futuro casamento do ano – ainda adolescente – com Milton Villas Boas, o primeiro marido de Ângela, um construtor e filho de um ex-ministro do STF, com depoimentos e leituras de colunas sociais da época. O episódio também trata da separação de Ângela, ou “desquite”, assim como os namoros sequentes, até ganhar a alcunha de “Pantera de Minas”.

A visita à redação do Estado de Minas, para conferir todos os arquivos sobre Ângela, é onde aparecem novamente a ambientação de som, e a alternância entre 1ª e 3ª pessoa. O episódio também traz músicas da época para ambientar a leitura de trechos de um perfil escrito sobre Ângela por Roberto Drummond, jornalista e escritor, mesmo autor do livro *Hilda Furacão*.

Aqui, também sabemos que Ângela teve seu nome ligado a outros dois crimes, e Branca Viana avisa: “No próximo episódio de *Praia dos Ossos*, eu te conto sobre os crimes que entraram pra biografia da Ângela, antes de conhecer o Doca Street”. O programa termina com um convite para ver as fotos da Ângela adolescente, no site do *Praia dos Ossos*, além de assinar a *newsletter* do *podcast*. Mais uma vez, o chamado à comunidade.

Se a emoção é um dos fatores ligados à atenção, é nesse episódio, desde o início do *podcast*, em que esse sentimento é mais acionado. Somos convidados, a partir do relato de amigos e das pessoas que com ela conviveram, a mergulhar na história de Ângela como ser humano, e quase transportados a essa época, com a ambientação de notícias e músicas.

6.3.4 Episódio 4 – *Três crimes*

Crimes reais dentro de um crime real

No quarto episódio, denominado *Três Crimes*, a narradora inicia relatando o dia em que Ângela Diniz apitou a campainha da casa dos pais, que era contígua à sua, depois que um adolescente, que eventualmente prestava serviços a ela, foi morto em sua casa. Tratava-se de José Avelino, conhecido como Zé Preto.

Antes de explicar como o crime ocorreu, no entanto, Branca Viana volta para Belo Horizonte, para conversar com o advogado de Ângela, Maurício Aleixo, e descreve como foi o encontro com ele. Ele relata como foi contactado para atender a família, após a morte do

jovem e como começou a investigar, individualmente, as circunstâncias do crime, ao desconfiar que havia mais uma pessoa na cena. O assassino, imediatamente sabemos, foi Tuca Mendes, um homem casado, da alta sociedade mineira, mas que era sabidamente amante de Ângela.

As circunstâncias do crime, no entanto, ainda não são reveladas. Antes, a narradora vai até o museu da imagem e do som de Minas, fato que é novamente ambientado pela sonoplastia, para acompanhar a cobertura da imprensa sobre o fato. É nesse momento que, pela primeira vez, Branca Viana, e nós ouvintes, ouvimos pela primeira vez a voz de Ângela Diniz. E o ouvinte percebe que a tentativa não dá muito certo, pois o áudio foi corrompido pelo tempo. Por volta dos 18 minutos, em um áudio com pouca qualidade do depoimento de Tuca Mendes, começamos a entender quais foram as circunstâncias do crime.

Aos 27 minutos, os detalhes sobre como o corpo foi encontrado introduzem a teoria – nunca confirmada – de que o caso foi, na verdade, um crime sexual, o que acabaria sendo crucial para a criação de uma má “fama” para Ângela em Minas Gerais, motivo da mudança dela para o Rio de Janeiro. Fato que, segundo depoimentos de colegas, contribuiu para a “autodestruição” dela, especialmente depois que ficou proibida de ver os filhos. No episódio, ainda é revelado que, depois de uma visita, Ângela os sequestrou, de Belo Horizonte para o Rio de Janeiro. Esse é o segundo crime.

“Foi nessa altura, em dezembro de 75, que aconteceu o terceiro crime na vida da Ângela”, anuncia a narradora, ao contar quando ela foi detida como traficante: por portar dois cigarros de maconha. Branca Viana destaca que o episódio foi só sobre “os crimes da Ângela, o lado perigoso da pantera”, “mas que boa parte de ser pantera era seduzir”. Por isso, ela anuncia: “No próximo episódio de *Praia dos Ossos*, a gente vai tentar entender esse que talvez seja o maior crime da Ângela: o poder sedutor”.

Nessa edição, percebemos momentos em que há a necessidade de adiar o desfecho, principalmente para revelar as circunstâncias do “primeiro crime” em que Ângela esteve envolvida. Também aqui percebemos a tentativa de chamar a atenção para registros históricos, áudios da época que, ainda que com baixa qualidade, somos convidados a ouvir.

6.3.5 Episódio 5 - A Pantera

Como se formou o mito sobre a mulher fatal

“É difícil as pessoas me conhecerem. Nessa história de sociedade, sempre preferi ser Caim a Abel. E por isso sou uma surpresa agradável pra quem me descobre”. A frase que

inicia o episódio é lida por Branca Viana, e é de Ângela, em uma entrevista à *Revista Nova*. Com base na frase, Branca Viana reflete sobre a personalidade de Ângela, em uma metáfora com o texto bíblico. Ser mais Caim que Abel é não aceitar levar desaforo pra casa, e preferir matar a morrer.

Esse episódio é dedicado a mostrar como se moldou a personalidade de “Pantera” de Ângela, fama que seria usada, depois, como argumento da defesa do assassino dela no Tribunal. “Nesse episódio a gente vai entender um pouco o que significava ser uma pantera”, anuncia Branca.

O empresário Ricardo Amaral, dono de boates à época, é o primeiro personagem a ser ouvido, ao som de uma música de discoteca ao fundo. Ele explica que, na década de 70, a noite carioca fervilhava. “Mal desembarcou no Rio, a Ângela entrou para essa tribo, das boates, dos sobrenomes, das colunas sociais”, destaca Branca.

Aqui, Ricardo Amaral descreve Ângela como uma mulher que causava “desconforto nos homens”. “Ela gostava de sexo, gostava de namorar, gostava de transar, gostava de sair, gostava de ser admirada”. Na sequência, essa é a descrição de Jacqueline Pitanguy, amiga de infância de Ângela.

Ao som de uma porta se abrindo, Branca Viana se apresenta ao seu interlocutor, com um “Boa tarde”. Mais um personagem é inserido na história, trata-se de mais um amigo de Ângela, Gilberto di Pierro, conhecido como Giba 1. Com ele, Ângela participou de um programa de TV, que era gravado em Curitiba, e o amigo rasga elogios ao poder sedutor de Ângela.

Branca Viana, então, narra que, depois do desquite, Ângela teve vários namorados, e confidencia a dificuldade de conseguir falar com algum deles, mesmo décadas depois. Segundo ela, um dos ex-namorados confirmou, em *off*, o romance, mas pediu para não ser citado, enquanto outros dois chegaram a dar entrevistas, mas depois declinaram durante a edição do episódio. Para contar as histórias que ouviu, ela avisa, vai contar com estratégias de colunas sociais, preservando o anonimato dos envolvidos. Esse é um episódio dedicado a contar histórias que, para a sociedade conservadora da época, moldaram o mito da pantera, da mulher perigosa e que assustava os homens. A memória de Giba, definido como “fonte inesgotável de histórias da Ângela” é bastante explorada no episódio.

Aos 29 minutos, iniciando o terço final do episódio, que tem 44 minutos, descobrimos de onde surge a alcunha “Pantera de Minas”. Ricardo Amaral revela que o apelido foi dado por Ibrahim Sued, colunista social famoso à época, e que chegou a viver uma relação com Ângela. A relação conturbada entre eles passa a ser explorada, com depoimentos de

personagens. “Um desastre total”, define Maria Alice, uma das amigas do ex-casal. “Todo mundo que conviveu com o Ibrahim e a Ângela como casal tinha as mesmas histórias, uma pior que a outra”, comenta Branca.

Branca traz, na sequência, o argumento de Evandro Lins e Silva, no 1º julgamento de Doca, de que Ângela queria morrer pela mão de outrem, o qual Branca refuta, e relembra o início do episódio, em que ela dizia preferir ser Caim a Abel. Já no fim do episódio, aos 40 minutos, Branca chega à última paixão de Ângela, quando ela conhece Doca, na casa dele e Adelita Scarpa, onde foi acompanhar Ibrahim na gravação de um programa sobre uma festa na casa do casal.

“Essa história a gente já sabe como terminou poucos meses depois... No próximo episódio de *Praia dos Ossos*, a gente conta a história do romance entre o Doca e a Ângela”, finaliza Viana. Esse episódio é destinado a traçar um perfil do período em que Ângela viveu no Rio de Janeiro e que ajudaram a moldar o mito da Pantera. Do ponto de vista sonoro, notamos algumas ambientações presenciais de Branca, além de uma contextualização sonora no momento em que se fala do *boom* de boates no Rio de Janeiro.

6.3.6 Episódio 6 – *Doca*

O personagem Doca e a entrevista não dada

É a vez de conhecermos, já no sexto episódio, a história do outro protagonista, ou antagonista, Doca Street. A edição Doca destaca: “Seis anos antes do crime da *Praia dos Ossos*, Ângela Diniz dividiu uma edição da *Revista 70*, um periódico da época, com seu futuro namorado e assassino. No episódio de hoje, a gente vai contar como aconteceu o encontro entre a Ângela e o Doca fora das capas de revista”.

O programa começa contando como Doca e Ângela se conheceram, na casa do próprio Doca, que à época era casado com Adelita Scarpa, que inclusive recebia Ângela em casa, onde o futuro casal se encontrava às escondidas. Pouco tempo depois, Doca, que morava em São Paulo, deixa a esposa e filhos e vai morar no Rio de Janeiro com Ângela.

No depoimento de um dos melhores amigos de Ângela, Fritz d'Orey desabafa, e quando ele se emociona, a trilha instrumental triste preenche a longa pausa. Após o silêncio, ele completa: “Que raiva eu tenho do Doca, que raiva!”. Nesse momento existe um apelo à emoção.

Os casos de violência de Doca contra Ângela também são relatados no episódio, que se baseiam em depoimentos de pessoas próximas a ele, e no livro *Mea Culpa*, escrito por ele.

Mais uma ambientação de bastidores se dá quando a narradora e a produção entrevistam uma personagem amiga de Doca, que concede a elas o telefone dele.

Por volta dos 30 minutos, Branca Viana entra em contato com Doca, por telefone, e a ligação é reproduzida. A princípio, ele nega se tratar dele, mas depois admite, para afirmar que “não quer mais tocar nesse assunto”. O programa também retoma personagens que participaram da vida de Doca Street, e a narradora convida os ouvintes a acompanharem fotos desse período no site da Rádio Novelo.

Por meio de um amigo de Doca, chamado Jorge, a equipe consegue uma interlocução para a entrevista com ele, que topa falar. É uma forma de compartilhar com o ouvinte os bastidores da apuração, a história dentro da história, e a narradora o faz com detalhes, desde a chegada ao prédio, até o caminho até o apartamento, no elevador.

“Podem tirar tudo o que tiverem pra me perguntar daí. Eu não menti, eu escrevi esse livro aos prantos. Eu me sinto mal falando da Ângela. Eu não posso falar mal, é uma pessoa que eu amei. Eu espero que vocês me poupem”, declara Doca às entrevistadoras. É o apelo feito por Doca, que parece negar a entrevista, e convida a produção a ler o livro que escreveu (e que elas já leram).

Quase que sem querer – e devido à habilidade de Branca Viana –, Doca acaba respondendo às perguntas feitas. Aqui, aos 46 minutos, ela pergunta sobre episódios de violência, que inicialmente ele nega, mas é lembrado de um relato do próprio livro. O silêncio é muito bem explorado. O ouvinte aguarda a resposta por alguns instantes, quase achando que “pausou sem querer a história”, até que ela vem: “É, pode ser, mas não lembro de ter marcado ela não”.

“Me machucou isso”, diz Doca, ao lembrar sobre o procedimento do advogado de defesa dele. Outra frase, ao ser confrontado sobre o porquê aceitou a estratégia. “Quem quer ser preso?”, questiona ele. “As feministas começaram depois de Doca Street, e elas fizeram muito barulho no segundo julgamento”, diz.

Uma boa entrevista é um grande trunfo para prender a atenção. E esse episódio, para nós, é sobre isso. Após a conversa, Branca volta com comentários sobre o bate-papo, de novo, os bastidores.

Ao fim do episódio, mais um convite para o que vem a seguir. Após o primeiro julgamento, dois anos depois, Doca foi julgado de novo pelo assassinato da Ângela Diniz, “e dessa vez as coisas foram conduzidas de uma maneira muito diferente pela Justiça, pela mídia e pela sociedade”.

Nesse programa, além da ambientação, percebemos o uso do silêncio, e do suspense.

Muitas das respostas dadas por Doca, e pelo melhor amigo de Ângela, demoram a sair, e nós acompanhamos isso de forma crua. Por considerarmos que nesse episódio, em especial, há o uso de muitas das estratégias que identificamos durante esse trabalho, a transcrição completa dele, com comentários feitos durante a análise, está disponível nos nossos **Anexos**.

6.3.7 Episódio 7 – *Quem ama não mata*

A mudança social e o segundo julgamento

“Nós estávamos em um país em um julgamento, e no segundo julgamento estávamos em outro país”. Com essa frase, na qual o ouvinte já reconhece, a essa altura, a voz de Paulo Badu, um dos advogados, começa o penúltimo episódio: *Quem ama não mata*.

A edição destaca o novo julgamento de Doca, após a anulação do primeiro júri, em 1981, na qual a ação do movimento feminista, em ascensão na época, contribuiu para uma nova visão a respeito do crime. No decorrer do episódio, a história de algumas mulheres também vítimas do machismo da sociedade à época é retomada, assim como o início do ativismo pelos direitos das mulheres, e a própria mudança na cobertura da mídia, que passou a retratar esse novo momento.

A partir de uma pichação “Se se ama não se mata”, em Belo Horizonte, surge o *slogan*, “Quem ama não mata”, que vira um “mantra” às vésperas do novo julgamento. “Na segunda, já entramos condenados”, diz Doca, sobre o caso. “E com a mesma linha de defesa”. Ao contrário do primeiro julgamento, quando Doca foi aplaudido e celebrado, dessa vez, enfatiza Branca Viana, ele já entrou no Tribunal vaiado, o que é reforçado por testemunhas.

Branca Viana adianta, por volta dos 30 minutos, que ele foi condenado a mais de 15 anos de prisão. Aos 38 minutos, é a vez dos comentários acerca da condenação de Doca Street. A narradora usa boa parte do episódio para contextualizar o momento de mudança da sociedade, que permitiu a condenação de Doca no segundo julgamento, além do quanto o machismo, e a violência contra a mulher ainda são temas atuais na sociedade.

O fim do episódio traz o trecho de uma entrevista de Ângela sobre o movimento feminista, na qual ela se manifesta rejeitando, e termina com a frase: *Live and let live* (Viver e deixar viver). O pedido para ver fotos no site e compartilhar o programa é reforçado, dentro do objetivo de criar comunidades. Na nossa avaliação, esse é um episódio que trata de contexto histórico, e que busca a atenção no sentido de tentar fazer o ouvinte compreender como, em um intervalo tão curto – de dois anos entre um julgamento e outro –, houve uma mudança tão grande na sociedade. Embora pareça se tratar de uma edição sobre o julgamento

de Doca, aqui a disputa entre advogados tem pouca importância, como teve no primeiro júri.

Figura 11 - Padrão de estruturação da história



Fonte: Autor, 2024.

6.3.8 Episódio 8 – *Rua Ângela Diniz*

O legado

“Eu tive um desprazer de ver uma reportagem nesse jornal de um grupo de mulheres sobre a violência que elas dizem sofrer”. “Minha impressão é que as mulheres que compõem esse grupo não têm o que fazer em casa, nem mesmo sexo, pois devem ser solteironas ou desquitadas”. Tais frases de impacto, lidas por uma voz feminina, ainda não sabemos de quem, dão início ao último episódio. As declarações acima estão citadas numa carta enviada a um jornal por um leitor revoltado com o movimento feminista, e são lidas por uma mulher, que Branca Viana explica, tentou por mais de um ano entrevistar.

A mulher, ela revela, é sua própria mãe, Branca Moreira Alves, uma militante feminista desde a década de 1970, que foi entrevistada pela pesquisadora Flora Thompson De-Veaux. A seguir, a narradora passa a tratar um pouco sobre a própria vida e da relação da mãe com o feminismo. A abertura de fato do episódio ocorre apenas aos 8 minutos. Branca avisa: o programa trata do legado dessa história.

O argumento da “legítima defesa da honra”, no caso de adultérios, e o amplo uso dele

no direito, apesar de não contar com respaldo na legislação brasileira, também é discutido e problematizado, com destaque para o fato de que mulheres seguem sendo assassinadas em 2019 (um ano antes do lançamento do *podcast*), assim como o uso, ainda atualmente, de atenuar penas de agressores por meio de táticas jurídicas.

A narradora ainda destaca a frustração – no intuito de contar a história de Ângela, de não ter conseguido uma gravação da voz dela. Lembramos, aqui, que o único registro a que tivemos acesso tinha o áudio corrompido. Ela relata que, quase sem querer, a equipe encontrou o comercial de cartão de crédito em que Ângela era uma das personagens.

Aos 47 minutos, Branca Viana, depois de narrar algumas personalidades que aparecem no comercial, destaca: e tem ela. O locutor anuncia: Ângela Diniz, uma das mulheres mais sensacionais da sociedade do Rio de Janeiro. Mas, depois de ouvir as vozes dessas personalidades, no momento do clímax, o que ouvimos é o barulho do pause. O episódio é interrompido antes de ouvirmos a voz de Ângela.

Branca, então, descreve como Ângela está vestida, como se parece, e como é o plano da filmagem. Só depois é que ouvimos: “O cartão de crédito passaporte é o que faltava no Brasil. Acho um luxo”. Ela sorri, e é só isso. É a única frase em que podemos ouvir a voz de Ângela durante o *podcast*, e é revelada apenas nos minutos finais do último episódio. Aqui, admito, precisei pausar a edição e procurar o vídeo de Ângela Diniz no *YouTube*, nos 6 segundos em que ela aparece no comercial, que está postado no canal do *YouTube* da Rádio Novelo.

Por fim, para encerrar o programa, por volta dos 50 minutos, Branca retorna ao título, ao revelar que havia, na época, pelo menos quatro vias públicas com o nome de Ângela Diniz: em Fortaleza, no Ceará; em Parauapebas, no Pará; em São Gonçalo, no Rio de Janeiro; e, por fim, em Búzios, também no Rio de Janeiro, próximo à *Praia dos Ossos*, onde ela morreu.

Ela termina a história como começou, com áudios de ambiente que mostram o momento em que ela e a pesquisadora Flora Thompson conheceram a rua. Branca encerra o *podcast* com o comentário de sua mãe, inspiração pessoal de Branca para a produção, e com a reflexão dela sobre o papel das feministas, e das mulheres que não puderam chegar até o dia de hoje, com a citação do nome de muitas delas, terminando com Ângela Diniz.

Figura 12 - Principais dados obtidos em análise

QUADRO: ANÁLISE “PRAIA DOS OSSOS”	
<ul style="list-style-type: none"> Tipo de narrativa (1ª ou 3ª pessoa) 	<ul style="list-style-type: none"> O uso da primeira pessoa é feito principalmente para contextualizar detalhes da apuração, assim como da relação pessoal da narradora com a história. Mas o relato da história é em terceira pessoa.
<ul style="list-style-type: none"> Cronologia (episódio segue a ordem histórica ou não) 	<ul style="list-style-type: none"> Há alternância entre o relato do passado e histórias do presente, sobretudo relativo à apuração. O episódio sobre a história de Doca, com sua entrevista, se passa quase todo no tempo presente do lançamento da série.
<ul style="list-style-type: none"> Fontes utilizadas 	<ul style="list-style-type: none"> A produção privilegia ouvir fontes testemunhais e especialistas, segundo a classificação de Chagas. Os relatos de fontes oficiais são trazidos por meio de documentos e da recuperação de áudios do Tribunal.
<ul style="list-style-type: none"> Trilhas e efeitos sonoros 	<ul style="list-style-type: none"> Não identificamos trilhas em especial que representem suspense. Como destaque está o uso de ambientação dos locais por onde a apuração do podcast passa, e de músicas da época do crime.
<ul style="list-style-type: none"> Ganchos de tensão utilizados 	<p>Assim como em O caso, percebemos o uso de ganchos no início e fim dos episódios e principalmente antecedendo a fala de pessoas importantes para a história. Também há o uso do silêncio para gerar expectativa em entrevistas</p>

Fonte: do autor, 2024.

6.3.9 Contexto: “A Rádio Novelo só existe por causa do *Praia dos Ossos*”

Como demonstramos em itens anteriores, a Rádio Novelo é hoje uma das principais produtoras de *podcasts* do país, por trás de alguns dos maiores sucessos da podosfera brasileira, e a frase do título desse item dá a dimensão da importância dessa primeira produção, que aqui analisamos, para as que viriam a seguir. A frase do título é de Paula Scarpin, diretora criativa da Novelo, e que assinou o roteiro de *Praia dos Ossos*. Ela preferiu, por questões de comodidade, responder às minhas questões por e-mail, o que foi feito no dia 13 de janeiro de 2025. Scarpin destacou que, desde o início da ideia, em 2018, a intenção foi fazer um ‘*true crime* às avessas’. “Por mais que a tradução literal de *true crime* seja ‘crime real’, o gênero se consolidou primordialmente como entretenimento de suspense em que, na maior parte das vezes, as vítimas são mulheres”.

Para Scarpin, no caso de *Praia dos Ossos*, “para começo de conversa, não havia

mistério. O assassino sempre foi conhecido, já havia sido julgado, condenado, estava em liberdade havia décadas – e, mesmo para um público que não conhecesse a história, o *podcast* não usou o suspense como artifício narrativo”. Aqui, tal qual em *O Caso, Últimos Passos*, também percebemos que o suspense não está entre os artifícios para prender a atenção.

Para Scarpin, *Praia* é um *true crime* às avessas “porque a ideia é partir do crime para entender quem era a vítima, qual era o contexto em que a história aconteceu, quais foram as consequências legais (os dois julgamentos do assassino), a importância deste caso para um marco da história da luta pelos direitos das mulheres e, por fim, o que mudou – ou não mudou – desde então”.

Também como em *O Caso*, Scarpin destaca que da ideia original até o resultado, foi um longo percurso. “Tivemos a ideia de fazer a série em 2018 – mas como entendemos, naquele momento, que queríamos ter total ingerência sobre o projeto, decidimos criar uma produtora para ancorá-lo. “Sim, a Rádio Novelo só existe porque queríamos fazer o *Praia dos Ossos*”, revelou. Segundo ela, “o início da pesquisa e da produção do *Praia* foram conduzidos juntamente com o nascimento da Rádio Novelo, no começo de 2019. O objetivo era lançá-lo em março de 2020, mas este plano foi abortado por causa da pandemia, e ele acabou sendo lançado apenas em setembro”.

Sobre a duração dos episódios, Scarpin informou que a ideia era usar “45 minutos por episódio, tentando não passar de uma hora”. Alguns deles, como vimos, ultrapassaram os 60 minutos. “Não sabemos se esta duração é a ideal, mas era a que estávamos habituadas a ouvir”. Já sobre a criação de suspense, ela disse considerar “importante que o ouvinte se sinta estimulado a ouvir o episódio até o final e a continuar ouvindo os episódios seguintes” e que “o suspense e a surpresa são artifícios possíveis”.

Também questionamos Scarpin sobre a escolha de trilhas e efeitos sonoros para o *podcast*. Segundo ela, a trilha sonora do projeto, assim como a de todas as séries produzidas pela Rádio Novelo, “é composta especialmente para estes projetos, com músicos parceiros contratados e pautados pelas equipes de pesquisa, criação e desenho de som, com muitas versões até chegarmos no ideal”.

No caso de *Praia*, ela informou, o trabalho foi com o músico Pedro Leal David, parceiro também em produções sonoras como *República das Milícias*, *Crime e Castigo*, *Retrato Narrado* e *Collor versus Collor*. “Além de músico, é jornalista, e tem o dom de traduzir referências nossas como ‘quero uma vibe de pedrinha de gelo no uísque’”. Scarpin disse que *Praia* tem uma vinheta, sete músicas incidentais compostas pelo Pedro, e ainda música de apoio de um banco de músicas *Blue Dot*. “Consideramos a sonorização dos

episódios um dos elementos mais importantes da narrativa, e a tratamos com o mesmo cuidado com que tratamos a pesquisa e o roteiro.”.

Por fim, questionamos Scarpin sobre as referências para a criação do *podcast*. Ela citou séries estadunidenses “que inventaram o formato, como *Serial*, *In the dark* e *Slow Burn*”. Mas destacou que “na construção do *Praia*, fizemos um *moodboard* (uma representação visual das intenções) que envolvia filmes, músicas, livros e até roupas”.

Scarpin se define como “ouvinte compulsiva de *podcasts*”. “Ouço de tudo, não apenas os narrativos, mas os conversacionais também (mesas-redondas, entrevistas). Dentre os narrativos, além dos temas, me interessa muito prestar atenção na abordagem, no enfoque, nas escolhas de edição, na construção da narrativa, assim como nas escolhas estéticas de música, uso de ruídos, etc”, respondeu.

Segundo ela, “tudo vira referência para os nossos próximos projetos”. “Também assisto muito a filmes, séries, leio livros e revistas, e sempre estou com o radar ligado para temas e escolhas estéticas que podem ser interessantes para a Rádio Novelo”.

Mas, antes de me dar essas respostas por e-mail, Paula Scarpin me sugeriu, também por e-mail, que entrevistasse outra pessoa. Apesar de assinar a direção criativa e o roteiro, ela apontou, em resposta ao meu primeiro e-mail, que “considerando que o seu interesse é focado no roteiro e nas estratégias narrativas e de retenção de atenção, talvez fosse melhor conversar com o Aurélio Aragão (2025) e/ou com o Rafael Spinola, os roteiristas que contratamos justamente para nos ajudar a desemaranhar o vasto material que tínhamos levantado, e como transformar isso numa série”.

Ela lembrou que apenas o primeiro episódio de *Praia*, o piloto, teve 11 versões “até entendermos que precisávamos de roteiristas profissionais nesta missão”. Conforme Paula, desde então, a Rádio Novelo tem trabalhado em outros projetos com e sem roteiristas “Até porque aprendemos muito com eles, mas no *Praia* especificamente, nosso primeiro original, eles foram indispensáveis”.

Seguindo o conselho de Scarpin, e com a ajuda dela, conversei com Aurélio Aragão (2025), roteirista com uma trajetória no cinema e na televisão, com produções diversificadas em seu *portfólio* como a série *Me Chama de Bruna*, que conta a história de Bruna Surfistinha, o documentário *Adriano Imperador*, sobre o ex-jogador Adriano, e ainda filmes como *A Divisão e o Cerco*. Ele foi entrevistado via *Google Meet*, na manhã do dia 29 de janeiro de 2025. A conversa durou cerca de 35 minutos.

6.3.10 Aurélio Aragão: o podcast preenche o silêncio

“Então, na real eu não tinha nenhuma experiência com *podcast*, zero”, admite Aurélio Aragão, logo em sua primeira resposta durante nossa entrevista. Nada mal para quem, depois de *Praia dos Ossos*, ainda esteve por trás de projetos de sucesso como *República das Milícias* e *Collor x Collor*. “Eu sou muito amigo da Paula (Scarpin) e da Flora (Thompson). Então, eu estava acompanhando o processo delas, o desejo de trabalhar com *podcast*, acompanhei o processo do *Praia* como amigo, assim, dando palpite e tal. E ela falou: “Cara, acho que pro *Praia* a gente, a gente precisa de um, de uma consultoria de roteiro”, revelou.

Aurélio revelou que, desde o início, achou o enredo muito interessante, mas o material “gigante”. “A gente tem uma massa de história imensa para cobrir. E a gente precisa achar um pouco os fios da meada para não se perder por ali. E pensar em estratégias para que essa história seja viva e seja interessante e atraente para quem vai ouvir”.

Aurélio revelou ainda que, quando começou o trabalho – e ele admite que a memória pode falhar – “mas assim, elas já tinham umas cinco ou seis versões do piloto”. Paula Scarpin nos revelou que, na verdade, eram 11.

Segundo ele, havia, nessas primeiras versões, “uma coisa já muito interessante, como estratégia de captura, que era a presença das cenas. Tinha já uma cena presente. Isso acho que era um bom indicativo de que alguma coisa ia funcionar no engajamento”. As cenas a que ele se refere são os momentos em que a narradora participa da história, mostrando ambientes ou bastidores da apuração.

Aurélio revelou que, no início, até o piloto ser construído, foi um processo quase de “carpintaria”, de tentativas e ajustes. “Paula, Flora e Branca foram tentar trabalhar dentro daquela escaleta, montaram dentro daquela versão e a Flora me ligava e dizia assim: Olha, fizemos exatamente o que você mandou e tá uma porcaria, não funciona nada, tá mais chato do que estava. E eu tinha muita crença de que o que eu tinha sugerido encaixava”. Para que a “carpintaria” funcionasse, ele convidou seu sócio, o roteirista Rafael Spínola e diretor de cinema com atuação em dramas policiais. A partir disso, ele escreveu uma sinopse de oito episódios e leu para Branca, Paula e Flora essas “10 páginas”, questionando “Será que vai?”, e ela fala: “Cara, funciona”.

Aurélio relata ter encontrado um trabalho de pesquisa monumental. As produtoras lhe passaram um documento que ele nunca chegou a contar, mas que tinha “de 8 a 10 mil páginas”, além de dezenas de horas de entrevistas. “Foi um exercício de costura, de corte e costura muito grande”.

Sobre as estratégias narrativas em especial, questionamos Aurélio sobre os ganchos

que identificamos no decorrer dos episódios. “A gente faz isso no fim do episódio e é sempre meio evidente, né, que você faz isso, mas eu sempre acho que o motor principal da relação do espectador do ouvinte com uma obra é expectativa”, comentou. Segundo ele, “a gente precisa um pouco construir uma expectativa num certo sentido frustrar essa expectativa oferecendo uma outra coisa”. Tal afirmativa reforça a impressão que tivemos ao ouvir, de um adiamento frequente daquilo que o ouvinte espera, para seguir prendendo a atenção.

Para Aurélio, na história há quase um “contrato” com o ouvinte. “Tá combinado que eu vou te enganar, um pouco é isso, mas isso para te revelar o que é mais profundo, sabe, poder mostrar o que estava escondido”. Ele também revelou uma “negociação frequente” dos roteiristas com os jornalistas envolvidos na produção. “Cara, não pode, isso aí não dá, isso é muito, tá forçando a barra. E aí eu falo, tá bom. Então vamos fazer assim, a gente não força a barra e a gente combina que no próximo movimento a gente vai encontrar uma outra camada da história que a gente tinha percebido nesse primeiro movimento.”.

Por outro lado, em outros aspectos, foi Aurélio quem convenceu Branca Viana. Ele afirmou que o *podcast* tem uma “super vantagem, que é essa intimidade que se constrói na relação de escuta. E você realmente se sente próximo de quem tá falando no seu ouvido ali”. Por isso, ele defendia que, em algum grau, “a voz da pessoa e a pessoa encarnada nessa voz precisa estar presente no *podcast*”. “Foi uma disputa muito grande para trazer algumas questões pessoais da Branca para a história do *podcast*. A relação dela com a mãe, ela não queria de jeito nenhum, mas entender porque que a Branca estava contando aquela história era muito importante”.

Sobre as referências, assim como Paula Scarpin, Aurélio Aragão (2025) também citou a experiência de *Serial* – que é considerado nesta pesquisa como o marco inaugural desta segunda era dos *podcasts*. Ele destacou esse “deslocamento de perspectiva ao longo de uma série, o *Serial* faz muito bem”. “Além dessa coisa da captura do espectador pelo contato íntimo com a voz, a gente tem também um movimento, um balé, uma dança com o espectador”, disse. “Isso, isso eu acho que é talvez das coisas mais preciosas, como acontece em qualquer obra, eu acho que no *Praia* isso acontece. Acho que a pessoa começa de um jeito e ela vai se movimentando ao longo daquilo”.

Sobre a cronologia da história, Aurélio revelou outra negociação entre a ficção e o jornalismo. A produção tinha “uma vontade de respeitar a cronometria das coisas”. “Às vezes a gente balançava um pouco, jogava para lá, antecipava. Porque justamente, às vezes eu preciso guardar uma informação que na prática vai vir logo depois daquela, para poder segurar o espectador numa posição e depois levar ele para outra”.

Uma outra estratégia enfatizada pelo roteirista é a de “plantar uma pista para recolher uma recompensa lá adiante”. Ele relembrou um ditado do cinema, segundo o qual, se um revólver aparece na cena, em algum momento ele será disparado. “Então, um pouco isso, deixar essas coisinhas, essas pistas no caminho.”

Por fim, consideramos importante trazer uma reflexão de Aurélio Aragão (2025), com base em um pensamento do irmão dele, terapeuta, que não ouve *podcasts*. “Do ponto de vista dele, o *podcast* é um preenchimento do vazio. Ele acha que o *podcast* tem uma incapacidade das pessoas lidarem com um silêncio também.”

Com base nisso, Aurélio considerou que há “uma necessidade humana de ter uma temporalidade do outro, que é parar, ouvir, ver, sentir em outra escala”, o que para ele é quase “uma demanda fisiológica”. “Se a gente não vai conseguir ter silêncio e não vai mesmo, como é que a gente reencontra uma temporalidade que é mais orgânica pra gente.”

Diante da economia da atenção, ele destacou que “nossa experiência de consumo é moldada por um ritmo que é completamente alienígena ao que é a experiência humana até agora. Então, podemos propor outros ritmos”. “É quase um reconhecimento de um tempo de ouvir história, né? Eu tenho um filho pequeno aqui, e a hora da história é de muito prazer. Ele pede, pode ser um livro longo hoje, por favor”.

De irmão pra irmão, e de pai pra filho, narrar é humano.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

7.1 *O Caso, Últimos Passos* e a desinversão da pirâmide

Se no jornalismo tradicional se aprende que a informação mais importante deve ser sempre a primeira a ser relatada, seguida das contextualizações menos importantes – no que chamamos no jargão jornalístico de “pirâmide invertida” –, o que conseguimos verificar na análise dos episódios de *O Caso, Últimos Passos*, reforçadas em sua maioria pela entrevista com Heloísa Eterna, é a tentativa de sempre adiar o *clímax*. A ideia, aqui, é de desinverter a pirâmide invertida. O *lead* utilizado para narrar histórias em jornais impressos e programas radiofônicos que seguem uma cronologia, respondendo inicialmente às questões o quê, como, onde, quando, e por quê, não é utilizado na narrativa dessa produção. Claro, estamos falando de algo que se assemelha mais a uma grande reportagem, e não a uma notícia factual, mas, ainda assim, não é habitual que mesmo as reportagens adiem tanto as principais respostas. Embora, nos pareça, que para a autora, *O Caso, Últimos Passos* se trata mais de uma audiossérie do que uma peça de jornalismo.

A história é narrada fora da ordem cronológica, e com interrupções a todo o momento. Nas interrupções, pode-se notar ainda efeitos sonoros para indicar que a história está mudando de rumo ou de personagens. No entanto, nessa produção em específico, as trilhas são mais modestas e discretas. Constatamos, com base na entrevista, que a ideia era não parecer sensacionalista aos familiares e amigos da vítima. As fontes, aliás, são prioritariamente testemunhais em relação às oficiais, e familiares e amigos ganham destaque para recriar a personagem de Cláudia Lessin Rodrigues, vitimada por feminicídio.

Não conseguimos observar o uso de trilhas que remetam ao suspense ou ao drama, como na ficção, e a própria autora especificou que essa não era, de fato, a intenção. Mas outros elementos da ficção estão presentes, como os ganchos de tensão. Esses são fartamente utilizados não apenas no fim de cada episódio, mas no decorrer deles. A cada corte de narrativa, ou de personagem, procura-se fazê-lo quando parece vir algo importante ou revelador. Isso, ao nosso ver, é uma das estratégias para continuar prendendo a atenção do ouvinte.

As perguntas básicas de um *lead* (o quê, quem, onde, quando, como e por quê), no caso de um crime de feminicídio, só foram completamente respondidas no último episódio, que não à toa, tem justamente o título: *Onde, quando e porquê*. Se não conhecemos previamente a história ou não pesquisamos sobre ela (e era o meu caso ao começar a ouvir),

só é possível obter as principais respostas no fim dos sete episódios. Por isso, as principais características que percebemos como estratégias para prender a atenção são, justamente, o adiamento das respostas principais que movem o ouvinte, além do uso frequente de ganchos para adiar os desfechos.

Do ponto de vista dos elementos que apelam à atenção, trazidos por Davenport e Beck, percebemos fatores ligados à relevância, como o conteúdo atendendo a uma necessidade, com escopo apropriado, atualização frequente, e fluxo constante de benefícios. Do ponto de vista do engajamento, destaca-se a narrativa. Por fim, quanto à conveniência, as plataformas de escuta já contribuí para downloads rápidos; navegação intuitiva; e o conteúdo também apela à pequenos pedaços de informação e distrações mínimas. Nesse podcast, em específico, não percebemos o apelo ao senso de comunidade.

Como referências, Heloísa Eterna, responsável por praticamente todas as fases do podcast, nos citou produções estadunidenses que estão no cerne do surgimento do fenômeno dos *podcasts* narrativos, como *Serial* e *The Clearing*. Do ponto de vista de estratégias, ela revelou que se inspirou, intuitivamente, nas produções de ficção que assiste, desde séries a telenovelas, citadas por ela também como exemplos, inclusive para o *teaser* que ela utiliza no fim dos episódios e que chama de “cenas dos próximos capítulos” das produções televisivas.

Eterna destacou, ainda, a preocupação, desde o início da produção, de ter mecanismos para prender e manter a atenção do ouvinte, sobretudo no início dos episódios. Pensando nisso, usou o recurso de iniciar com uma sonora de algum personagem, para revelar posteriormente de quem se trata. Por outro lado, é preciso considerar que os episódios do *podcast* são menores, em duração, se comparados ao *Praia dos Ossos*. O mais longo deles tem 31 minutos, e todos os demais não ultrapassam meia hora.

Vale destacar também a preocupação com a criação de um ambiente sonoro. No caso de Eterna, que relatou ter poucos recursos para toda a produção, ela fez questão de contar com o auxílio de um músico e uma editora de som, reforçando que, para ela, além do texto, era preciso criar estratégias sonoras para manter a atenção.

7.2 Praia dos Ossos – uma negociação entre a ficção e o jornalismo

Logo no primeiro e-mail que enviei à Paula Scarpin, diretora de criação da Rádio Novelo e – por conseguinte – de *Praia dos Ossos*, ela me indicou conversar com Aurélio Aragão (2025) e Rafael Spínola”, “os roteiristas que contratamos justamente para nos ajudar a

desemaranhar o vasto material que tínhamos levantado, e como transformar isso numa série”. Uma breve busca me revelou que ambos, antes de *Praia dos Ossos*, vinham de uma trajetória na ficção audiovisual, em especial no cinema, mas com trabalhos também para a TV.

Assim que consegui entrevistar Aurélio Aragão (2025), em uma das primeiras respostas ele já revelou que o *podcast* também era algo novo para ele, e ao longo da conversa, em muitos momentos, destacou a frequente negociação com Scarpin, jornalista, sobre os caminhos a seguir durante a produção, e ao ouvir o *podcast* é possível perceber que ele se situa nessa intersecção, entre a objetividade e o rigor jornalístico e a ficção.

Ao contrário de *O Caso, Últimos Passos*, em que sua realizadora atuou em todas as etapas, da concepção à divulgação do trabalho, *Praia* é fruto de muitas mãos e, naturalmente, dessa negociação frequente. Material de pesquisa, que veio primeiro, contou com milhares de páginas e dezenas de horas de entrevistas, com atuação de Flora Thompson De-Veaux, Paula Scarpin e Branca Viana.

Do jornalismo, segundo nos foi relatado, Paula Scarpin se preocupava com a cronologia da história, que, depois de muita pesquisa, ela conhecia muito bem. Da ficção, os roteiristas tentavam adiar as informações importantes, revelar desfechos aos poucos e guardar algo para recompensar o ouvinte mais à frente (estratégia que também vemos em *O Caso*).

Já nas primeiras versões, a ambientação em primeira pessoa, segundo nos relatou Aurélio, já era utilizada, e seguiu no formato final do *podcast*, como uma forma de levar o ouvinte para dentro da cena. Assim começam a maior parte dos episódios de *Praia dos Ossos*, com o relato em primeira pessoa e o adiantamento de um problema, que depois será esmiuçado.

Embora encontremos elementos da ficção, como os ganchos, o desenvolvimento de personagens e as ambientações, assim como em *O Caso*, as trilhas sonoras utilizadas são discretas, e evitam criar um clima sensacionalista. Scarpin fez questão de destacar isso, pois, no *Praia*, ela enfatizou, “para começo de conversa, não havia mistério”. Por isso, ela rejeita o rótulo de *true crime* e define o *podcast* como um “*true crime* às avessas”.

Ainda sobre o som, *Praia* traz farto material recuperado da época do crime, e mesmo que, eventualmente, ele não tenha qualidade suficiente para ser ouvido, é reproduzido, e a narradora não se furta de repetir o que foi apresentado. Repetição, aliás, vimos, é trazido por Lima (2005) como um dos fatores que estão nos fundamentos do que prestamos atenção. Também são reproduzidas canções da época, como no episódio que conta a história de Ângela, e recorre a reportagens sobre ela. Outro uso que vale destacar é o do silêncio. No

episódio sobre Doca Street, em especial, há um silêncio dele, reproduzido na íntegra, quase constrangedor.

Por fim, em uma produção sonora, em que a voz é fundamental, a única voz que não ouvimos é a de Ângela Diniz, personagem central da história. Não, pelo menos, até o episódio final, em que Branca Viana revela que a produção descobriu um registro da voz dela. Trata-se de um comercial de cartão de crédito, em que ela é uma das personagens. Aqui, em outro adiamento, quando o nome dela é chamado, é a hora do comercial. Na volta, todo o cenário é descrito antes de, enfim, ouvirmos a voz dela por poucos segundos.

Questionado sobre esse recurso, Aurélio Aragão respondeu de uma forma que, para nós, resume um pouco a questão do prender a atenção para histórias longas. “O motor principal da relação do espectador, do ouvinte, com uma obra, é expectativa. A gente precisa um pouco construir uma expectativa, e num certo sentido frustrar essa expectativa oferecendo uma outra coisa.”. É assim que, na nossa visão, os dois *podcasts* analisados são construídos, gerando sempre expectativas que serão inicialmente frustradas, mas recompensadas logo à frente. O ouvinte, de certa maneira, sabe disso, e segue acompanhando pois tem certeza de que a resposta para essa questão, essa quase “coceira”, ainda virá. Para Aragão (2025), isso faz parte de um “contrato” subjetivo, em que quem ouve sabe, e quer, ser enganado.

Em relação aos elementos formadores da atenção, trazidos por Davenport e Beck, percebemos fatores ligados à relevância, como o conteúdo atendendo a uma necessidade, com escopo apropriado, atualização frequente, e fluxo constante de benefícios. Sobre o engajamento, os produtos apresentam interatividade; entretenimento e narrativa. Em relação ao senso de comunidade, os produtos há o senso de propriedade/pertencimento e reconhecimento. Por fim, quanto à conveniência, também permitem downloads rápidos; navegação intuitiva; pequenos pedaços de informação e distrações mínimas.

No *podcast Praia dos Ossos*, em especial, há ainda o apelo para a formação de uma comunidade, que discuta o *podcast* e, de certa forma, se retroalimente. Tratamos aqui, no capítulo sobre economia da atenção, que Davenport e Beck consideram que, nos produtos digitais, é fundamental esse apelo à comunidade. O ouvinte é chamado sempre para essa expansão, para ver as fotos e vídeos da época no site da Rádio Novelo, e até para o grupo de discussão no *Facebook*. Como defendem Kischinhevsky e Debora Lopez, estamos na era do rádio expandido e hipermediático. Diante disso, o *podcast*, um produto com linguagem radiofônica, também utiliza os recursos da convergência digital e também se expande para outros espaços *online*.

Por fim, o que podemos concluir, é que, seja em um *podcast* como *O Caso, Últimos Passos*, em que sua realizadora construiu a obra quase que “artesanalmente”, quanto em *Praia dos Ossos*, para o qual dezenas de mãos colaboraram e negociaram o resultado, há uma preocupação inicial com a questão da atenção. Heloisa Eterna buscou saída para isso em suas referências, tanto nos *podcasts* quanto na ficção televisiva. A Rádio Novelo, em seu *podcast* fundador, depois de 11 versões iniciais do primeiro episódio, buscou ajuda com roteiristas de cinema, que depois seriam parceiros em outras produções de sucesso. Notamos que aqui, embora se tratem de produções de caráter jornalístico, e com jornalistas por trás de suas produções, as referências estão na ficção. Nesse aspecto, nossa hipótese é parcialmente confirmada. Uma vez em que, de fato, os produtores se inspiram nas narrativas de ficção, mas em uma negociação permanente com os elementos fundadores da narrativa jornalística e radiofônica.

Há, portanto, várias formas de contar histórias, mas, ao fim desse trabalho, nossa reflexão é que, mesmo em tempos de hiperestímulos, em que a atenção é um produto raro, caro e comercializado, como um produto, é possível atrair a atenção para boas histórias, a depender da forma com que são contadas. Scheherazade soube fazê-lo, como trouxemos no início de nosso capítulo sobre narrativas, assim como Heloísa Eterna e a equipe da Rádio Novelo.

Boas histórias, quando bem narradas, prendem a atenção. Não é à toa que, para dormir, o filho de Aurélio Aragão (2025), vez ou outra, pede uma história mais longa.

REFERÊNCIAS

ARAGÃO, Aurélio. Entrevista concedida ao autor. [29 de janeiro 2025] *on line*. 2025.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PODCASTERS–ABPOD. **POdPesquisa**. Disponível em: <https://abpod.org/podpesquisa/>. Acesso em: 22 dez. 2024.

BARBOSA, Isabela Cabral. **Jornalismo narrativo em podcast: uma análise da linguagem, da mídia e do cenário**. Monografia (Bacharelado em Comunicação Social), habilitação em Jornalismo, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro: PUC-RJ Brasil, 2015.

BARBOSA FILHO, André. Os gêneros no rádio paulista: do pioneirismo ao advento da TV. **Congressos da Rede Alfredo Carvalho**, p.1-18, São Paulo: CRAC, 2003.

BENTES, Anna Carolina Franco. **Quase um tique: economia da atenção, vigilância e espetáculo em uma rede social**. Rio de Janeiro, RJ: Ed. UFRJ, 2021. 254 p.

BRAGA, Claudomilson Fernandes; TUZZO, Simone Antoniaci. O processo de triangulação da pesquisa qualitativa: o metafenômeno como gênese. **Revista Pesquisa Qualitativa**. São Paulo (SP), v. 4, n.5, p. 140-158, ago. 2016.

BRIGLIA, Tcharly Magalhães *et al.* **O ofício do autor-roteirista de telenovelas da TV Globo no cenário midiático contemporâneo**. (Dissertação). Programa de Pós-graduação em comunicação e cultura contemporâneas. UFRJ, Rio de Janeiro: UFRJ, 2021.

BOLING, Kelli S. True crime podcasting: Journalism, justice or entertainment? **Radio Journal: International Studies in Broadcast & Audio Media**, Bristol, v. 17, n. 2. p. 161-178, 2019. Disponível em: https://doi.org/10.1386/rjao_00003_1 . Acesso em: 22 fev. 2021.

BOLTER, Jay David. GRUSIN, R. **Remediation**. The International Encyclopedia of Communication, Cambridge (USA); MIT press, 1999.

BONINI, Tiziano. A “segunda era” do podcasting: reenquadrando o podcasting como um novo meio digital massivo. **Radiofonias**–Revista de Estudos em Mídia Sonora, v. 11, n. 1, 2020.

BUENO, Thaísa; ALVES, Marcelli. Triangulação metodológica: conceitos e perspectivas de aplicação. **Interin**, Curitiba, v. 25, n. 2, p. 188-204, 2020.

CALABRE, Lia. **A era do rádio**. São Paulo: Cia das Letras, 2002.

CALIMAN, Luciana. Os regimes da atenção na subjetividade contemporânea. **Arquivos Brasileiros de Psicologia**, v. 64, n. 1, p. 2-17, 2012.

CARRION, Luis Felipe Zago; BOCHEMBUZO, Daniela Pereira. Grande reportagem radiofônica: uma análise quantitativa. **Intercom** – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2019, Salto: Intercom, p.1-18, 2019.

CITTON, Yves. Da economia à ecologia da atenção. **Ayvu: Revista de Psicologia**, v. 5, n. 1,

p. 13-41, 2018.

CHAGAS, Luãn José Vaz. **A seleção das fontes no rádio expandido**. Cuiabá: EDUFMT 2020.

CRARY, Jonathan. A modernidade e o problema da atenção. *In*: CRARY, Jonathan. **Suspensões da percepção**: atenção, espetáculo e cultura moderna. Trad. Tina Montenegro. São Paulo: Cosac Naify, 2013.

D'ANDRÉA, Carlos Frederico de Brito. **Pesquisando plataformas online**: conceitos e métodos. Salvador : EDUFBA, 2020.

DAVENPORT, T.; BECK, J. A **Economia da Atenção**. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

DUARTE, Teresa. A possibilidade da investigação a 3: reflexões sobre triangulação (metodológica). **CIES e-Working Papers**. n.60, p.1-24, 2009.

ETERNA, Heloisa. Entrevista concedida ao autor [13 de agosto de 2024] de forma *on line*, 2024.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio: o veículo, a história e a técnica**. Porto Alegre: Editora Sagra Luzzatto, 2001.

FERRARETTO, Luiz Artur; KISCHINHEVSKY, Marcelo. Rádio. **Novos horizontes midiáticos**, Porto Alegre : Edipucrs, 2014.

FERRARETTO, Luiz Artur; KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Rádio e convergência**. Rio de Janeiro: PUC-Rio, 2010.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio**: teoria e prática. São Paulo: Summus Editorial, 2014.

FOSCCHINI,, A. C. & Taddei, R.R. . **Coleção Conquiste a Rede**: Podcast. 2006. Disponível em: http://pt.globalvoicesonline.org/wp-content/uploads/2007/08/conquiste_a_rede_podcast.pdf. Acesso em: 10 nov. 2024.

FULLER, Jack. **What is Happening to News**: The information explosion and the crisis in journalism. Chicago: University of Chicago Press, 2010.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6.ed. São Paulo: Atlas, 2011.

GAMBARO, Daniel. O aplicativo de rádio como uma (nova) experiência midiaticizada de escuta. **Radiofonias–Revista de Estudos em Mídia Sonora**, v. 12, n. 3, p. 28-56, 2021.

JAUREGUI, Carlos, VIANA, Luana. A análise psicológica no True Crime: um estudo dos podcasts Modus Operandi e Assassinos em Série. **Insólita**, 2022a.

JAUREGUI, Carlos, VIANA, Luana. A mulher e a casa investigadas: notas sobre o “narrador detetive” em podcasts de True crime. **Intercom**, Salto: Intercom, 2022b.

JANKOWSKI, N. W., WESTER, F. **La tradición cualitativa en la investigación sobre las**

ciencias sociales: contribuciones a lacomunicación de masa. In: JENSEN, K.B.; JANKOWSKI, N.M. Barcelona: Bosch, 1993.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. Métodos de pesquisa qualitativa aplicada à comunicação radiofônica. In: MOURA, Cláudia Peixoto de; LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (orgs.). **Pesquisa em Comunicação: metodologias e práticas acadêmicas.** Porto Alegre: EDIPUCRS, 2016.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Cultura do podcast: Reconfigurações do rádio expandido.** Rio de Janeiro: Mauad X, 2024.

KISCHINHEVSKY, M.; LOPEZ, D. C.; MUSTAFÁ, I.; FREIRE, M.; CONSCIENTE, P.; LOPES DO COUTO, L. A inserção dos estudos radiofônicos e de mídia sonora na pós-graduação em Comunicação no Brasil . **Radiofonias – Revista de Estudos em Mídia Sonora** , v. 12, n. 3, p. 6-27, 14 jan. 2022.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. In: BERRY, Richard: “O Rádio está aprendendo muito com o podcasting”. Entrevista: Richard Berry. **Radiofonias - Revista de Estudos em Mídia Sonora**, Mariana-MG , v. 11, n. 01, p. 200-204, jan./abr. 2020.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. Rádio em episódios, via internet: aproximações entre o podcasting e o conceito de jornalismo narrativo. **Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación**, v. 5, n. 10, p. 73-80, 2018.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Rádio e mídias sociais: mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais de comunicação.** Mauad Editora Ltda, 2017.

LAGE, Nilson. **Estrutura da notícia.** São Paulo: Editora Ática, 1984.

LAGE, Nilson. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística.** Rio de Janeiro: Record, 1993.

LIMA, Ricardo Franco. Compreendendo os mecanismos atencionais. **Ciências & cognição**, v. 6, n.1 2005.

LIPOVETSKY, Gilles. SERROY, Jean. **A Tela Global: mídias culturais e cinema na era hipermoderna.** Porto Alegre: Sulina, 2009

LONDERO, Rodolfo Rorato. Ainda AIDA?-Uma revisão histórico-crítica da hierarquia dos efeitos publicitários. **Animus, Revista Interamericana De Comunicação Midiática**, v. 16, n. 31, 2017.

LOPEZ, Debora Cristina. **Novo rádio, velhas narrativas: apropriações estéticas na ficção e no jornalismo sonoros.** Covilhã: LabcomBooks, 2022.

LOPEZ, Debora Cristina. **Radiojornalismo hipermidiático: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio all news brasileiro em um contexto de convergência tecnológica.** 301 f. Tese de Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporâneas, UFBA, Salvador, 2010.

MAFRA, Alcid, PADILHA, Luis David. Critérios de noticiabilidade no contexto da grande

reportagem em podcast: uma análise da série Praia dos Ossos. **Intercom**, Salto: Intercom, 2023.

MARTÍN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.

MEDITSCH, Eduardo., & BETTI, Juliana Gobbi. (2019). Os elementos sonoros na análise da informação radiofônica: em busca de métodos. 17º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. Goiânia. **Anais do 17º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo**. Goiânia: SBPjor, 2019.

MITTEL, Jason. Complexidade narrativa na televisão americana contemporânea. **Matrizes**, v. 5, n. 2, p. 29-52, 2012.

MURLEY, Jean. **The rise of true crime**: Twentieth century murder and American popular culture. Westport: Prager, 2008.

NASCIMENTO, G. **AS FONTES NO PODCAST MAMILOS: UMA PROPOSTA DE ANÁLISE AUDIO ESTRUTURAL**. Dissertação. (Mestrado em comunicação), UFMA, São Luis: UFMA, 2022.

NETTO, Armando; MONARCHA, Hellen. Spotify e User Experience:: Um estudo do novo consumidor de música na era digital. Puçá: **Revista de Comunicação e Cultura na Amazônia**, v. 3, n. 2, p. 142-158, 2018.

O CASO: **Últimos Passos**. [Locução de]: Heloísa Eterna. Rio de Janeiro: Criatura Multimídia, 1 abr. 2022. Podcast. Disponível em: <https://open.spotify.com/episode/4O4LIPXpRM8ZY5HjQR9hDS> . Acesso em: 10 mai. 2024.

O PRIMEIRO PODCAST DO BRASIL. **Depois de Horas**, 2021, online. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=u_oYVCnvJzY&t=554s&pp=ygUfZGVwb2lzIGRIIGhvcmFzIGRhbmlsbyBtZWRLaXJvcw%3D%3D. Acesso em: 10 mai. 2024.

PRAIA DOS OSSOS. [Locução de]: Branca Viana. **Rádio Novelo** Rio de Janeiro: , 12 set. 2020. Podcast. Disponível em: <https://radionovelo.com.br/originais/praiadosossos/4LIPXpRM8ZY5HjQR9hDS>. Acesso em: 10 mai. 2024.

PERROT, Michelle. **Minha história das mulheres**. São Paulo: Contexto, 2012.

RELLSTAB, Clara Cavalcanti. Marcelo Kischinhevsky-novas perspectivas para os estudos de podcast no Brasil. **Revista Alterjor**, v. 25, n. 1, p. 171-174, 2022.

RELLSTAB, Clara Cavalcanti. **O podcast no Brasil: uma análise sobre o formato e suas abordagens na academia**. Pasqualino, Carla de Oliveira Tôzo, Clara Cavalcanti Rellstab, Daniel Azevedo Muñoz, Edwaldo Costa, Felipe Parra Alves de Oliveira, Marcelo Cardoso e Vinicius Guedes Pereira de Souza (Orgs.), p. 25, 2021

PALLOTTINI, Renata. **Dramaturgia de Televisão**. 2a edição. São Paulo: Editora Perspectiva, 2012.

PUNNET, Ian Case. **Toward a Theory of True Crime Narratives: A Textual Analysis**. [E-book Kindle] Abingdon, Inglaterra: Routledge, 2018.

ROCHA, Larissa Leda. Modos de contar da telenovela: Tecendo os os da escrita enovelada sob a mão de ferro da indústria. **Intercom**, Salto: Intercom, 2022.

SCARPIN, Paula. Entrevista concedida ao autor [13 de janeiro de 2025] *on line*, 2025.

SILVA, A. L. da, Pelinson, F., & Oliveira, J. A. de. . A imaginação melodramática e a narrativa jornalística: a realidade como ficção. **Pauta Geral - Estudos Em Jornalismo**, v.1, n.2, p.105–119, 2014.

SILVA, Sérgio Pinheiro; SANTOS, Régis Salvarani. O que faz sucesso em podcast?. **Radiofonias–Revista de Estudos em Mídia Sonora**, v. 11, n. 1, 2020.

SILVA, Antonio Carlos, CHAGAS, Luãn. A segunda era dos podcasts no Brasil:: Historiografia recente da consolidação da mídia sonora no contexto do rádio expandido. **Revista Comunicação, Cultura e Sociedade**, v. 8, n. 1, 2021.

Valor das 100 marcas mais valiosas do mundo sobe 20% em 2024, atingindo US\$ 8,3 trilhões. **Revista Exame**, 2024. Online. Disponível em: <https://exame.com/marketing/valor-das-100-marcas-mais-valiosas-do-mundo-sobe-20-em-2024-atingindo-us-83-trilhoes/>. Acesso em: 10 jun. 2024.

VIANA, Luana; CHAGAS, Luãn José Vaz. Categorização de podcasts no Brasil: uma proposta baseada em eixos estruturais a partir de um panorama histórico. **Anais. XIII Encontro Nacional de História da Mídia**, Juiz de Fora: UFJF, 2021.

VIANA, Luana. **Jornalismo narrativo em podcast: imersividade, dramaturgia e narrativa autoral**. Florianópolis: Insular, 2023.

VICENTE, Eduardo; KISCHINHEVSKY, Marcelo; DE MARCHI, Leonardo. A consolidação dos serviços de streaming e os desafios à diversidade musical no Brasil. **Revista Eletrônica Internacional de Economia Política da Informação da Comunicação e da Cultura**, v. 20, n. 1, p. 25-42, 2018.

XAVIER, Ismail. Melodrama ou a sedução da moral negociada. **Novos Estudos CEBRAP**, v. 57, p. 81-90, 1998.

APÊNDICE 1 – ROTEIRO PRÉVIO DE QUESTIONÁRIO PARA PRODUTORAS(ES)

***Observação:** Não necessariamente todas essas questões foram levantadas, levando em conta que durante a entrevista algumas dúvidas foram sendo respondidas e outras surgiram.

- Por que a escolha por contar a história de um crime real de feminicídio?
- Quanto tempo você levou para a produção do *podcast*, e de cada episódio?
- Quais critérios você utiliza na seleção de temas que acredita serem cativantes para sua audiência?
- Quais estratégias você utiliza para criar um início impactante em seus episódios?
- Como você captura a atenção dos ouvintes logo nos primeiros minutos de um episódio?
- Como lida com a duração dos episódios? Existe uma média que você considera ideal?
- Como você desenvolve o arco narrativo de seus episódios para manter o interesse ao longo do tempo?
- Quais técnicas você utiliza para criar suspense e surpreender os ouvintes durante a narrativa?
- Como você mantém a curiosidade e a surpresa ao longo dos episódios, especialmente quando se trata de reviravoltas na trama?
- Há considerações específicas na escolha de trilha sonora e efeitos sonoros para reforçar a experiência auditiva?
- Qual é a importância do ritmo na narração e como você o controla para manter o interesse dos ouvintes?
- Que papel a edição desempenha na retenção de atenção dos ouvintes?
- Como você aborda a edição dos episódios para manter um ritmo envolvente e cativante?
- Quais foram as suas referências para a produção do *podcast*?
- Como ouvinte, que tipo de *podcast* e de narrativa te chama a atenção?
- Você recebeu algum *feedback* dos ouvintes? Qual foi?

APÊNDICE 2 – REGISTROS DAS ENTREVISTAS



Entrevista com a jornalista Heloísa Eterna (*O Caso, Últimos Passos*), realizada em 13 de agosto de 2024.



Entrevista com o roteirista Aurélio Aragão (*Praia dos Ossos*), realizada em 29 de janeiro de 2025.

Apêndice 3 – Roteiro comentado

PRAIA DOS OSSOS

um podcast original da Rádio Novelo

Episódio 6 - Doca

O episódio se inicia com testemunho em 1ª pessoa, nesse caso, do plural.

Branca Vianna: Uma das últimas descobertas que a gente fez no arquivo pesquisando pro *Praia dos Ossos* foi um exemplar de uma revista chamada *Setenta*, que durou só um ano.

No exemplar de setembro de mil novecentos e... setenta, a capa da revista era a Ângela Diniz – naquela altura ainda Ângela Villas Boas, com 25 anos e já mãe de três filhos. Nessa capa, a Ângela aparecia glamorosa, com os cabelos escovados pra trás, e envolta em um boá de plumas brancas.

Num textinho na parte de dentro, a diretora de arte da matéria dizia que a Ângela tinha sido “perfeita como manequim profissional”. Algumas páginas mais pra frente, outro manequim amador representava o que a revista chamava de “gente que é 70”. Na foto, um sujeito usando cardigã e gravata sorri com um cigarro na mão. A legenda diz o seguinte: “Há os elegantes, aqueles que cuidam da roupa e dos acessórios, nos mínimos detalhes. E há os que são elegantes naturalmente. Até com uma certa displicência. Raul Fernando ‘Doca’ Street está neste último caso.”

Seis anos antes do crime da Praia dos Ossos, a Ângela Diniz dividiu uma edição da revista *Setenta* com o seu futuro namorado. E assassino. A revista ainda descreveu o Doca como: “Homem forte do mercado de capitais, figura obrigatória nas reuniões e happenings da sociedade paulista, bon-vivant, Doca Street tem só um fraco em matéria de moda: os cachemires ingleses. Talvez por razões de ‘tato’.”

No episódio de hoje, a gente vai contar como aconteceu o encontro entre a Ângela e o Doca fora das páginas de revista, e entender melhor quem é o Doca Street além do sujeito com tato sensível pros tecidos. **Aqui aparece o foco do episódio. Mostrar quem é o personagem Doca.**

Eu sou a Branca Vianna, e esse é o *Praia dos Ossos*.

A história de Doca não é cronológica, começamos com a informação do casamento dele com Adelita Scarpa, e como conheceu Ângela Diniz.

Episódio 6. Doca.

Mais uma coincidência nessa mesma edição da revista *Setenta*: algumas páginas adiante do Doca de cachemir, a página 104 traz uma foto enigmática de outra figurona da sociedade paulistana usando um tapa-olho. Era a Adelita Scarpa. E a gente não sabe por que ela tava de tapa-olho. Talvez você se lembre desse sobrenome por causa do primo dela, o Chiquinho Scarpa, que é figurinha fácil na revista *Caras*. A legenda dizia que a Adelita “sabe dar uma festa em qualquer lugar: São Paulo, Buenos Aires, Paris, Londres...”

E a coincidência é que, um ano depois dessa foto com o tapa-olho, a Adelita se casou com o Doca e teve um filho com ele. E eles ainda estavam casados em '76, quando o Doca se apaixonou pela Ângela.

Ana Maria Tornaghi: Ela tava em São Paulo hospedada na casa da... da Adelita.

Branca Vianna: Que era mulher do Doca Street.

Ana Maria Tornaghi: Casada com Doca.

Branca Vianna: A Ana Maria Tornaghi é a promoter carioca que a gente ouviu em episódios anteriores. Ela era muito amiga do casal Adelita e Doca, e era também próxima da Ângela. A Ana Maria disse que a society paulistana tinha mais ressalvas com a Ângela do que a carioca.

Aqui sabemos que Adelita recebia Ângela na casa em que vivia com Doca.

Ana Maria Tornaghi: E a Adelita era a única pessoa que dava cobertura pra ela em São Paulo. Aqui mais ou menos... O paulista é muito mais careta. São Paulo, de uma maneira geral, tudo que era mulher tinha medo de perder o marido, entendeu [risos].

Branca Vianna: Então, em São Paulo, a Ângela não era assim recebida nas festas, era menos.

Ana Maria Tornaghi: Não, era. Era recebida, era tudo. Mas ficava uma coisa mais: "Olha, não sei quê e tal", tinha um pouco isso. Que aqui tinha menos. O carioca também tem menos isso, entendeu. Se não gostar e não for com a cara da pessoa, não vai, mas se não for, não interessa lá a vida da pessoa, né.

Branca Vianna: E por que a Adelita recebia ela tanto?

Ana Maria Tornaghi: Porque a Adelita é uma pessoa fantástica, boa.

Branca Vianna: Talvez por ser boa, ou ingênua, a Adelita não percebeu a paixão que tava nascendo dentro da casa dela, e que ia botar a perder o seu casamento. A gente tentou ouvir a Adelita, mas ela não quis dar entrevista pro *Praia dos Ossos*. Ela deixou bem claro que não queria falar sobre a Ângela Diniz. Mas dá pra traçar uma linha do tempo da aproximação entre a Ângela e o Doca a partir das notas das colunas sociais.

E também a partir das memórias que o Doca escreveu, o *Mea culpa*. Já citei o livro nos episódios anteriores – e hoje ele vai ser muito importante. No livro, o Doca conta com detalhes o começo da relação dos dois.

Fala do primeiro encontro na casa de uns amigos. Ele diz que foi a própria Adelita que apresentou os dois – e eles logo se esconderam no banheiro pra fumar maconha juntos. Diz que, nesse mesmo dia, eles trocaram telefones, e dois meses depois ele já tava escapando pro apartamento da Ângela em Copacabana.

Vou ler um trechinho:

[Aqui, seguem contextos sobre a relação de Doca e Ângela.](#)

"Por incrível que pareça, a vida maluca de Ângela era adrenalina para mim. O pior de tudo é que eu era daqueles que achava que a vida sem uma grande paixão não valia a pena, e continuava garimpando até encontrar outra. Paixão? Perigo? Tem coisa melhor?"

Nessa época, a Ângela ainda tava namorando o Ibrahim Sued, o colunista social vinte anos mais velho que ela, e que andava armado. Um dia, o Ibrahim foi fazer uma reportagem em São Paulo e ficou hospedado na casa da Adelita e do Doca.

A Ângela foi também. E, enquanto o Ibrahim e a Adelita dormiam, a Ângela e o Doca passaram a noite juntos. Essas escapadas de madrugada se repetiram outras vezes em que o casal Ângela e Ibrahim visitava o casal Adelita e Doca.

A história já tava começando a vazar, e alguns amigos mais próximos chegaram a desaconselhar a dupla pulada de cerca. Mas, nas palavras do Doca: “paixão é como cachaça, só não tem A.A.” – Alcoólicos Anônimos.

A Adelita podia ser ingênua, mas não era cega, e começou a desconfiar do que tava acontecendo debaixo do nariz dela. Segundo o livro do Doca, ela acabou indo buscar refúgio na casa da mãe. Mas, uma noite, depois de uns uísques, o Doca foi até a casa da sogra, deu uma bronca nas duas, e levou a Adelita de volta. Horas depois, ele embarcou pro Rio pra encontrar com a Ângela.

Kiki Garavaglia: Eu sei que a mulher do Doca me ligou... e me falou: “Coitado do Doca, tá enfeitado por essa mulher.”

Branca Vianna: Essa é a Kiki Garavaglia, aquela amiga da Ângela pra quem o Wilson Simonal fez uma música. E é claro que esse mundo das socialites é um ovo de codorna, e ela também era amiga da Adelita. Ela acompanhou essa história bem de perto.

Kiki Garavaglia: Porque rolava isso, né.

Branca Vianna: Ela tava com pena do Doca? Ela não tava com raiva do Doca.

Kiki Garavaglia: Não, porque a Ângela tinha se tornado aquela... A mulher pecado, que leva os homens à loucura, tá entendendo? Uma coisa meio assim. "Não, coitado do Doca, tá envolvido, mas vai passar, isso é negócio de droga."

Branca Vianna: Na tentativa de recuperar o casamento, a Adelita deu uma pulseira de ouro de presente para o Doca. Ele ficou comovido e fez uma promessa, como tá no livro: "Jurei para mim mesmo que nunca mais sairia com outra e me dedicaria só à minha família."

Depois da pulseira, segundo uma coluna da *Folha*, o casal "aparentava estar bem. Doca sorria muito. Adelita também estava calma, os olhos grandes brilhando." Mas não deu uma semana antes de o Doca sair de casa. Ele se mudou pro Rio pra morar com a Ângela.

A Ana Maria Tornaghi me contou como ela soube do que tinha acontecido. Ela, a Ângela e Doca foram almoçar no Country Club, em Ipanema.

Ana Maria Tornaghi: "Vamos almoçar no Country." Ela vai "ah porque não sei quê, não sei quê... olha, nós nos apaixonamos". Aí achei que era brincadeira e tal. E aí não era brincadeira, no fim eu digo: "ih, caramba", mas como é, mas também não me meto nessas coisas, não tenho nada a ver com isso, vai ver que a Adelita deu um chute nele, sei lá. Pois bem. Aí ele depois, quando ela foi tomar banho, sei lá, ele falou: "olha, nunca me aconteceu isso, eu tô apaixonado, eu nem sei como é que eu vou fazer, o que eu vou fazer, de que maneira, mas eu tô apaixonado, eu nunca senti isso, na minha vida." Aí digo: "pô, mas é verdade? E o que a Adelita falou?" Ele falou: "não sei." Eu falei: "mas vê lá, porque se... tem mais cara de fogo de palha. A Ângela é... é... é um espetáculo, aí a pessoa entra, vê lá..." Não, não sei quê, tavam apaixonadíssimos.

Branca Vianna: A Ana Maria ficou com a impressão de uma paixão sincera. A Ângela até queria falar com a Adelita pra deixar tudo às claras.

Ana Maria Tornaghi: Dá pouco, ele vai tomar banho, senta lá, "eu tô apaixonada, não sei nem o que dizer, eu não sei, e eu não sei como fazer, porque eu vou me explicar com a Adelita", ela falando. E eu só ouvindo. E eu fiquei tão abismada, porque eram várias pessoas que eu gostava muito.

Branca Vianna: Kiki Garavaglia.

Kiki Garavaglia: Mas os dois tiveram uma paixão fulminante, como eu te falei. Ao ponto de querer casar, ir pra igreja, rezar... Ela até me ligou e falou assim: "Ah, Kiki, você que é super religiosa, eu tô me sentindo tão feliz com o Doca, você acha que eu posso ir à igreja rezar?" Então ela acreditou naquele relacionamento com o Doca, no começo. Ela só pensava em ter uma vida normal. E com o Doca ela achou que isso ia acontecer. Porque ele tinha uma vida careta. Era pai. Todo certinho. Ela disse que queria ir pra igreja, que queria formar uma família de novo. Era isso que ela queria. E aí deu no que deu. Réveillon, loucura, droga.

Branca Vianna: É difícil conjugar esse desejo de vida careta, igreja, com o que a gente sabe sobre o começo do relacionamento dos dois: noites de bebedeira, cocaína e *ménage à trois*. Quando o Doca tava foragido da polícia, logo depois do crime, ele disse o seguinte pro Salomão Schwartzman, da revista *Manchete*:

“Ângela foi piorando seu comportamento e seus hábitos. Passou a gostar de mulheres. Convidou algumas para o nosso apartamento. Eram mulheres da melhor sociedade carioca, engajadas em programas anormais. Confesso que fui obrigado a participar de um deles. Isso me perturbou enormemente. Mas, em nome de uma paixão irrefreável, continuei ao seu lado.”

Essa situação aparece de maneira ligeiramente diferente, trinta anos mais tarde, no livro *Mea Culpa*. Ele diz assim: “Eu não tinha restrições a esse tipo de programa. Muito pelo contrário, achava aquilo excitante, gostoso. Preocupava-me que outras pessoas do nosso círculo ficassem sabendo. Eu amava Ângela com toda a força do meu coração, e, se queríamos construir alguma coisa, isso na certa seria um complicador.”

Uso de primeira pessoa é retomado para comentários pessoais.

Se a gente acreditar no livro, escrito trinta anos depois e sem o risco de um julgamento no horizonte, a vontade da vida estável nunca impediu o Doca de topiar as propostas de *ménage* com as outras mulheres. E isso não era uma proposta aviltante ou “anormal” pra ele – apesar do que ele próprio disse depois do crime, e do que os advogados dele argumentaram.

Mas o relacionamento era longe de ser aberto, e ele descreve no livro também muitas crises provocadas por ciúmes. Num desses episódios, a Ângela ameaçou jogar fora a cocaína, que seria a culpada das crises – mas o Doca não deixou. Num outro episódio, o Doca partiu pra cima de um cara que flertou com a Ângela e acabou expulso de uma boate em Ipanema.

Fritz d'Orey: Meus pais moravam em São Paulo, eu estava indo para São Paulo e encontrei com ele no aeroporto, e aí falei: "oi, Doca..."

Branca Vianna: Esse é o Fritz d'Orey, um dos melhores amigos da Ângela. A gente falou com ele no primeiro episódio de *Praia dos Ossos*.

Fritz d'Orey: Aí conversamos um pouco, aí eu falei: "vê lá o que você vai fazer com a Ângela, hein? A Ângela é minha maior amiga, é a pessoa que eu mais adoro. Eu gosto muito da Ângela, vê lá o que você vai fazer, hein?"

Branca Vianna: Assim que soube do namoro dos dois, o Fritz ficou com medo. Por coincidência – ou só mais um efeito da concentração de renda no Brasil –, o Fritz também conhecia o Doca desde a infância.

Fritz d'Orey: Eu já estava preocupado, porque ele... Ele sempre foi um valentão, assim, machão, com revólver. Sempre estava com revólver na bolsa. E aí ele falou: "não, Fritz, pode deixar! Eu adoro ela, ela é minha princesa. Vou tratar ela como princesa." Isso foi, sei lá... Não me lembro direito quando foi isso, mas foi uns dias antes de ela morrer.

Branca Vianna: Em muitos momentos da entrevista, dava pra ver o quanto voltar a pensar na Ângela comovia o Fritz.

Aqui, temos um apelo à emoção do amigo de Ângela.

Branca Vianna: Fritz, desculpa fazer você lembrar dessas coisas desagradáveis, assim... Sinto... Sinto muito.

Fritz d'Orey: Não, mas não são desagradáveis. São... São coisas muito sensíveis, entende? Então, quer dizer, eu vivo muito no passado, né? Porque o meu passado é muito grande, quando me lembro de alguma coisa... Eu não pensava na morte da Ângela há muito tempo. Quer dizer, nos detalhes, né? Ela sempre morou no meu coração, mas eu não... Mas aí depois que... Depois que a Flora falou comigo, eu comecei a rememorar as coisas todas que eu não me lembrava mais. Eu nunca mais tinha pensado. Ai, que raiva que eu tenho do Doca. Caramba, que raiva!

Aqui, temos silêncio e emoção.

Branca Vianna: Eu pedi pro Fritz contar um pouco sobre a relação que ele tinha com o Doca.

Fritz d'Orey: Como os pais dele eram super, super bem vistos e adorados, principalmente a mãe dele, que era uma maravilha, então o Doca tinha toda facilidade, né. Porque conhecia todo mundo, né. Conhecia todo mundo. O que eu sei dele, por causa do Luiz Carlos e tal...

Branca Vianna: Só pra esclarecer: Luiz Carlos era o irmão mais velho do Doca. E ele foi casado com uma irmã do Fritz.

Fritz d'Orey: Então, o Doca era mais velho do que eu, e eu sempre soube que o Doca era um vagabundo. Não fazia nada, não estudava, não fazia nada. Ficava sempre brigando, andava armado, eu sempre soube essas coisas. Nunca assisti, mas sempre soube que ele era assim.

Branca Vianna: Essa raiva do Fritz era bastante antiga.

Fritz d'Orey: O Doca é semianalfabeto e é um idiota, violento... Sabe? Eu acho que uma das razões que eu fui lutar judô e jiu-jitsu e boxe e tal, foi justamente para... Que o Doca, como ele era bem mais velho do que eu, e de vez em quando ele brigava comigo, entende? Quando eu comecei a ser bom de jiu-jitsu e de boxe e tal, o Doca nunca mais me agrediu.

Branca Vianna: Mas o ciúme que o Doca tinha da Ângela não deixou ele cumprir aquela promessa que ele tinha feito pro Fritz no aeroporto. No livro *Mea Culpa*, o Doca conta alguns episódios de violência. Ele escreveu, por exemplo, sobre uma crise de ciúmes que ele teve no Museu de Arte Moderna do Rio quando ele viu a Ângela flertando com outro homem. Ele seguiu ela até o banheiro feminino e deu um chacoalhão nela. Um trecho:

“Não disse nada, só a sacudi pelos ombros, tanto e com tanta força que a cabeça dela ia para a frente e para trás. Depois de alguns segundos, não aguentou mais e seu corpo amoleceu. Empurrei Ângela para o vaso e saí. Tudo foi tão rápido que, quando voltei para a mesa, ninguém estranhou. Estava completamente corroído de ciúmes, mas consegui manter uma aparência calma. Ângela demorou para voltar. Quando apareceu, estava muito pálida, disse que não estava se sentindo bem, que iria para casa e que à noite nos veríamos na casa do Ibrahim.”

Nesse momento, a Ângela e o Ibrahim ainda estavam juntos. Na narrativa do Doca, a bebida era a grande responsável pelos momentos de descontrole. Não o descontrole dele, Doca, mas dela, Ângela. Um pouquinho mais adiante no livro, ele escreveu:

“Ângela estava ótima; quando não bebia, ou bebia e cheirava, [...] ela ficava firme, mas quando só bebia, que era o que mais gostava de fazer, perdia completamente o prumo e seu rosto parecia se desmanchar. [...] Na verdade, não me aborrecia que bebesse, eu também bebia; mas quem ama não desrespeita o parceiro sumindo e falando coisas que machucam.”

E o Doca, com os sentimentos machucados, se vingava machucando. Vou ler mais um trecho, sobre uma festa em que a Ângela sumiu por umas horas com uma amiga, e voltou muito bêbada.

“Quando entramos no elevador, empurrei Ângela, que caiu de joelhos. Só aí percebi seu estado, apesar da pouca luz do antigo elevador. Ela estava embriagada, com aquela cara toda desmanchada que me horrorizava. O elevador estava parado, eu estava tão descontrolado que esqueci de apertar o botão do térreo. Seu cabelo estava em ordem e sua roupa também. Lançou-me um olhar de escárnio e um sorriso desafiador. Tentou se levantar, mas empurrei-a de volta ao chão. No térreo, arrastei-a para fora do elevador até a enorme porta de ferro. O porteiro abriu os olhos e olhou assustado, levantei-a pelas axilas e a carreguei até o carro. Ela ficou quieta, não reagiu rindo nem nada. Abri a porta e a enfiei lá dentro, ela me olhava não sei se com rancor ou assustada. Quando entrei, esmurrei o para-brisa de raiva, chorava, pois queria tê-la esmurrado.”

Muitos amigos do casal que eu entrevistei disseram que testemunharam episódios de violência do Doca com a Ângela muito antes do assassinato. Kiki Garavaglia.

Branca Vianna: Como era? Tinha violência no relacionamento dos dois?

Kiki Garavaglia: Tinha, tinha violência, mas eu...

Branca Vianna: Ele batia nela?

Kiki Garavaglia: Batia. Tem muito homem que meio que fica louco de saber que tem outra pessoa querendo a mulher dele, e aquilo dá um tesão nele enorme. Eu conheço vários que são assim.

Branca Vianna: É curioso como esses depoimentos, e a própria narrativa do Doca, bastariam pra derrubar a tese do “assassino tomado pela emoção súbita num momento pontual de explosão”. Mas, pras pessoas próximas do Doca, a versão de uma loucura momentânea ainda parece a mais fácil de aceitar.

Ana Maria Tornaghi.

Ana Maria Tornaghi: Amigos meus me ligaram. E muito pouco tempo depois começaram a me ligar umas rádios, me acharam na Bahia.

Branca Vianna: A Ana Maria contou pra gente como a notícia da morte da Ângela chegou até ela.

Ana Maria Tornaghi: Primeiro foi “a Ângela morreu”. Aí eu digo: "mas como? Como é que foi?" “O Doca matou”. Eu não acreditei.

Branca Vianna: A Ana Maria era realmente próxima dos dois, mesmo antes de serem um casal. E ela era alguém que podia dar detalhes sobre essa dinâmica entre eles. E, por isso, ela recebeu um pedido.

Ana Maria Tornaghi: Aí uma dessa, a primeira rádio que me ligou, e aí me... me falaram... se eu sabia de mais alguma coisa, se ela tinha me falado alguma coisa, se eu tinha falado com ela enquanto ela tava lá, se estavam brigando se não tavam. Aí quando, eu sei que um desses, dessas rádios, eu falei: "ah não, ele fez isso, tem que pagar, que absurdo", foi como eu reagi. Aí a irmã, a cunhada dele me ligou. Ela me ligou e disse assim: "Ana, eu não tenho direito de te pedir isso, mesmo assim eu vou pedir. Não fala nada contra o Doca agora, espera um pouco, não fala agora, porque tudo que falar agora vai ter um desenvolvimento muito maior, e não foi culpa dele." Quando ela falou isso, aquilo caiu assim feito uma pedra na minha cabeça, entendeu. Eu conhecia ele bem, sabia que ele não teria nunca feito isso.

Branca Vianna: Mas ele, mas ele fez.

Ana Maria Tornaghi: Fez, fez. Eu conhecia ela, e sabia que eles tavam apaixonados um pelo outro, isso eu disse pra todo mundo que ligou, eu disse, mas eles tão apaixonados um pelo outro, foi acidente de percurso.

Branca Vianna: É difícil ouvir que a morte de uma pessoa foi “um acidente de percurso”. Mas esse foi um discurso muito comum na época, e que acabou se perpetuando ao longo dos anos.

Ana Maria Tornaghi: E foi um acidente de percurso, aí é que tá. Porque isso que eu te falei, que a Ângela, ela implicava, ela ficava provocando a pessoa com quem ela tava, sempre. Em tudo, se a pessoa falasse uma poesia, ela falava outra.

Branca Vianna: Mas daí a levar quatro tiros na cara é uma distância.

Ana Maria Tornaghi: Eu não sei se foi quatro ou não, foi? Foi. Que, quando ele ficou preso, ele ficou preso em Niterói, e depois eu fui uma vez...

Branca Vianna: Visitar ele?

Ana Maria Tornaghi: É... depois de muito tempo, eu fui. Eu não consegui olhar na cara dele, impressionante que você, você não olha, não adianta...

Branca Vianna: Essa solidariedade da Ana Maria com o Doca, e essa dificuldade de encarar o velho amigo depois do crime são compreensíveis. Menos compreensível era o apoio de pessoas totalmente fora do convívio dele. Ele conta sobre isso no livro, vou ler:

O episódio sobre a vida de Doca, aqui percebemos, ainda tratou pouco dela, mas destaca muitos contextos relacionados à vida dele e Ângela.

"Por dia, recebia, em média, cinco a dez cartas de todos os cantos do Brasil. Noventa por cento eram de mulheres, quase todas de apoio, e pedindo uma resposta. Evidentemente isso me incomodava, essas cartas eram, no mínimo, estranhas."

Quer dizer: até pro Doca era difícil entender esse apoio. Continuando mais um trecho aqui:

"Talvez a imprensa estivesse falando tanto de mim que estava me tornando um herói. Uma vez, quando esperava o julgamento em liberdade, um camarada me parou na rua e pediu um autógrafa – neguei, é claro, disse que não entendia a atitude dele. 'Me desculpe', ele disse, 'é que meu filho admira muito o senhor.'"

Mas, apesar de ter sido absolvido por grande parte da opinião pública, o Doca queria se ver redimido no círculo de amizades que ele tinha em comum com a Ângela.

Kiki Garavaglia: E ele até me ligou, me escreveu uma carta linda, pedindo desculpa.

Branca Vianna: Você tem essa carta?

Kiki Garavaglia: Não, não tenho.

Branca Vianna: Pedindo desculpas pra você por ter matado ela?

Kiki Garavaglia: "Eu matei uma pessoa maravilhosa, perdi a cabeça. Mas, Kiki, eu não quero que você pense mal de mim. Eu tava fora de mim, eu te entendo." E eu falei:

"Não, eu também te entendo, eu sei que eu nunca vou esquecer ela."

Branca Vianna: Esse discurso culpado fica ainda mais forte no livro – que, afinal, se chama *Mea Culpa*. Mais uns trechos:

"Pantera, eu a amei muito, havia sido muito mais que uma paixão louca. Não há defensor que me redima perante mim. Se não fossem meus filhos, poderiam me malhar em praça pública como Judas, me chamar de gigolô, traficante e muito mais."

"Assumo minha culpa e, envergonhado, peço a todos de direito que me perdoem. Espero agora que eu descanse, me livre e não fale mais nisso."

O Doca lançou esse livro em 2006, e realmente vinha se negando a falar com jornalistas desde então. A gente começou a ouvir informações desencontradas, de que ele estaria mal de saúde, ou até meio esquecido. E não seria nenhum espanto, porque, afinal de contas, ele tem mais de 80 anos.

Eu já tava me conformando com a ideia de que ia precisar traçar o perfil dele a partir do livro e de depoimentos de pessoas próximas.

Aqui, dá-se a entender que Branca não conseguiu falar com Doca. Mas, ao mesmo, pode ter conseguido. Veremos mais à frente...

Marialice Celidônio: Foi uma coisa que eu acho que ele se arrependeu para o resto da vida dele, né, claro, pelo menos foi o que, o que eu senti nele.

Branca Vianna: Essa é a Marialice Celidônio, que era muito próxima do casal. Era dela e do marido dela a casinha na Praia dos Ossos que a Ângela tava pra comprar – e onde ela acabou morrendo.

Marialice Celidônio: A Ângela era meio complicada, ela... O Doca era muito ciumento. E eu acho que ele era muito apaixonado por ela. E... Esse temperamento dela de ser, ser muito provocadora e tal, ele deve ter levado ele ao desespero, só pode ser isso.

Branca Vianna: Depois do crime, a Marialice continuou próxima do Doca.

Marialice Celidônio: O Doca eu conhecia muito bem, porque eu sou muito amiga até hoje da família dele toda.

Branca Vianna: E o Doca, como é que você descreveria ele, se você fosse descrever para alguém que, que não conhece, que nunca ouviu falar dele? Fisicamente e como personalidade.

Marialice Celidônio: Fisicamente, ele era um homem deslumbrante. Quando eu conheci ele, antes da Ângela, ele era lindíssimo, continua um homem bonito ainda. Ele é bem bonito.

Branca Vianna: E de personalidade? Que tipo de pessoa?

Marialice Celidônio: Também era um pouco complicado, também.

Branca Vianna: Como? Como ela?

Marialice Celidônio: Diferente dela. Cada um com seu temperamento, mas os dois com temperamentos complicados. Então é difícil, né, duas pessoas com, eu acho que é mais difícil a convivência.

Branca Vianna: Como era o relacionamento deles, você lembra?

Marialice Celidônio: Ah, era conturbado também.

Branca Vianna: Em que sentido?

Marialice Celidônio: Era conturbado, tipo brigas e tudo. Era uma, não era uma coisa assim, um romance assim, tranquilo, sabe. Aquela coisa... Era, eu não sei bem por quê, mas eu acho que é por causa do temperamento dos dois, mas não era uma coisa tranquila, muito tranquila, não.

Branca Vianna: A gente tava quase indo embora, quando a Flora resolveu perguntar.

Flora Thomson-DeVeaux: É, como é que o Doca tá, assim, de saúde?

Marialice Celidônio: Tá bem, tá bem, muito bem.

Branca Vianna: Porque a gente queria falar com ele, queria ter o lado dele, né.

Marialice Celidônio: Eu estive com ele o ano passado.

Branca Vianna: Você acha que ele falaria com a gente, ou ele não fala sobre o assunto?

Marialice Celidônio: Fala. Temos dois elementos aqui: a dúvida sobre a entrevista com Doca e a ambientação da entrevista com Marialice.

Branca Vianna: Fala? Você tem o contato dele?

Marialice Celidônio: Tenho. Quer?

Branca Vianna: Quero.

Marialice Celidônio: Eu vou pegar lá em cima, eu tenho lá, o telefone.

Branca Vianna: Tá bom.

Branca Vianna: A Marialice foi buscar o número, e a gente ficou olhando uma pra cara da outra.

Flora Thomson-DeVeaux: Quem vai ligar é você.

Branca Vianna: Se a gente sair daqui com esse telefone... Uau.

Branca Vianna: A gente saiu da casa da Marialice Celidônio com o telefone do Doca Street, o assassino da Ângela Diniz, anotado no caderno. E quando eu liguei, ele atendeu. Quer dizer:

Branca Vianna: Boa noite, eu poderia falar com o senhor Raul Street por favor?

Doca Street: Quem quer falar? Mais uma ambientação e dúvida.

Branca Vianna: É Branca Vianna.

Doca Street: Ele não está no momento.

Branca Vianna: A voz parecia familiar. Expliquei o projeto do podcast e disse que a gente gostaria de entrevistá-lo.

Branca Vianna: Eu posso deixar um recado, com meu número de telefone, pra ele me ligar de volta?

Doca Street: Não precisa, você está falando comigo mesmo.

Branca Vianna: Seria importante pra gente conversar com você também, queria saber se é possível marcar uma conversa em São Paulo, onde for mais conveniente.

Doca Street: Olha, você vai me desculpar mas eu não tenho interesse nenhum em fazer esse tipo de...

Branca Vianna: Tá, por quê? Ambientação e dúvida. Doca vai falar? Nota-se, em uma produção jornalística, a fala dele

Doca Street: Não quero mais tocar nesse assunto, cansei. seria apenas reproduzida.

Branca Vianna: Por quê, você sabe o quê?

Doca Street: Não quero mais tocar nesse assunto de Ângela, deixa a Ângela quieta, sossegada.

Branca Vianna: Eu até insisti um pouquinho, mas não adiantou. A gente queria falar com ele. Mas, quando for ver, essa história sempre foi do Doca. O crime entrou pra história da criminologia brasileira como “o Caso Doca Street”, e a Ângela não tá viva pra contar o lado dela. Talvez o Doca já tenha mesmo falado demais. **Dúvida sanada, Doca não vai falar.**

Por outro lado, não dá pra negar que o Doca também é um protagonista dessa história, e precisa ser retratado. Então, além dos acervos de jornal, revista, rádio e TV, dos relatos processuais e dos amigos em comum, a gente foi atrás de testemunhas de caráter do Doca. Literalmente: pessoas que foram arroladas pela defesa do Doca como testemunhas de caráter dele no julgamento.

E uma das figuras mais curiosas nesse grupo era o Jorge Alves de Lima Filho, que foi caçador profissional em vários países africanos durante décadas.

Jorge Alves de Lima Filho: Quando eu cheguei na África, sabe, porque a caça ao elefante naquela época era praticamente livre, podia matar quantos quisesse.

Branca Vianna: Isso nos anos '50?

Jorge Alves de Lima Filho: E eu vivi muitos anos da caça ao elefante marfim, né.

Branca Vianna: Eu visitei o Jorge no apartamento dele em São Paulo, em julho de 2019. Os troféus da carreira dele de caçador tavam espalhados pelo apartamento todo.

Jorge Alves de Lima Filho: Aqui tem uma ponta, a primeira que eu...

Branca Vianna: Ui, olha só.

Jorge Alves de Lima Filho: É o primeiro elefante que eu matei.

Branca Vianna: Tem uma presa enorme de elefante. Esse é o quê, é o primeiro elefante?

Jorge Alves de Lima Filho: Tem até a data, é 1948.

Esqueça esse assunto, vamos falar de Doca com base em outros personagens.

Branca Vianna: 1948.

Jorge Alves de Lima Filho: Faz setenta...

Branca Vianna: Abatido em 1949...

Branca Vianna: Poucos anos depois de matar aquele elefante, o Jorge conheceu o Doca Street.

Branca Vianna: Pro Doca foi... você foi testemunha de caráter, né?

Jorge Alves de Lima Filho: Ele é um ótimo caráter, viu. Ele, quando foi pra África, tinha 17, 18 anos.

Branca Vianna: Ah, é? Tão moço assim? Como é que vocês se conheceram? Como é que aconteceu de ele ir trabalhar na África com você? Ele trabalhava pra você?

Jorge Alves de Lima Filho Não, ele tinha um amigo que era muito rico, sabe. E esse amigo queria fazer um safári na África, e trouxe o Doca. Até eu tava caçando na época, tava no meio do mato, e um caminhoneiro passou, porque eu acampava nas aldeias à beira da estrada, e disse: "tem um brasileiro aí que tá querendo falar com o senhor", mas não disse que era o Doca, né. Aí eu acabei minha caçada lá, voltei e andei 500 km. Foram três dias de estradas, eram praticamente trilhas, né, e eu encontrei com o Doca lá. Foi assim que...

Branca Vianna: O Doca tava solto no mundo e acabou se juntando à turma do Jorge, vivendo da caça também. Isso foi no começo dos anos '50. **Aqui, sim, começamos a saber um pouco da vida de Doca antes de Ângela.**

Branca Vianna: E aí o Doca ficou trabalhando com você no safári?

Jorge Alves de Lima Filho: Ficou, ficou, até ele caçou comigo, aprendeu bastante. E ele quase morreu, eu até pus na... no livro, quase morreu, um elefante de 6 toneladas caiu a um metro, ele foi fugir, enroscou a perna num cipó, caiu, e o elefante... por sorte, eu acertei um tiro na testa dele, ele caiu na hora, né, mais um segundo ele tinha feito o Doca uma folha de papel, tinha esmagado.

Branca Vianna: O Jorge me deu um livro com fotos dele durante a carreira de caçador, e deixou a gente publicar algumas dessas fotos lá no site do *Praia dos Ossos*. Tem, por exemplo, uma foto do Doca com o elefante que quase matou ele. **Apelo à comunidade.**

Quem fez o primeiro contato com o Jorge foi a nossa produtora, a Claudia Nogarotto. E, desde o começo, ele disse que só ia falar se o Doca permitisse. E que o ideal mesmo seria que o Doca tivesse ao lado dele durante a conversa. A gente falou pra ele que já tinha tentado, mas que continuávamos querendo ouvir o Doca. E ele disse: "deixa comigo."

Toda essa negociação levou algumas semanas. Primeiro, a gente soube que o Doca tinha liberado o Jorge pra dar entrevista. Depois, do nada, chegou uma mensagem da Claudia, a produtora, dizendo: "Doca topou." Então, num dia em agosto de 2019, a gente voltou pra São Paulo. **Doca topou!**

Nesse meio-tempo, a família do Doca ficou sabendo do nosso contato, e eles acharam uma péssima ideia ele participar do podcast. Mas o Doca manteve o compromisso, porque ele já tinha dado a palavra pro amigo Jorge. Eles são muito próximos até hoje.

Pra funcionar, eles armaram que o encontro tinha que ser na casa do Jorge, e sem que a família do Doca soubesse. E o Doca não disse que daria entrevista, só concordou em se encontrar com a gente lá. **Topou, mas não vai falar.**

Essa entrevista com o Doca já tava virando uma novela à parte. Eu já tinha me conformado de que não ia rolar porque, assim como a Adelita, o Doca tinha sido bem claro na negativa quando eu liguei para ele. E, de repente, a entrevista desencantava, e ainda desencantava com a ajuda de um amigo caçador, o que tornava tudo ainda mais interessante.

Mas a gente não sabia, de verdade, o que esperar: se só o Jorge ia falar, e o Doca ia ficar assistindo, corrigindo algum detalhe, ou se o Doca ia falar, e o Jorge ia pontuar com comentários, ou se ia ser uma entrevista dupla. Na dúvida, a gente preparou várias listas de perguntas, uma para cada situação. **Na verdade, já sabiam, mas o ouvinte ainda não pode saber.**

Eu cheguei de manhã com a Flora, e a gente ficou fazendo hora perto da casa do Jorge. Um pouco antes da hora marcada, a gente foi pra portaria do prédio com o Tales, o nosso técnico de som, e começou a montar todo o equipamento de gravação ali na calçada: microfone de lapela, o boom do Tales, testando tudo etc.

E aí um senhor magrinho, bem alto, de cabelo branco e óculos escuros, passou pelo portão. Eu reconheci na hora. Não era difícil. Ele tava até segurando uma cópia do livro – *Mea Culpa*.

Branca Vianna: Você é o Raul? Oi, eu sou a Branca, muito prazer.

Doca Street: Prazer é meu.

Flora Thomson-DeVeaux: Oi, sou a Flora.

Doca Street: Opa, tá boa?

Branca Vianna: A gente tava só arrumando o equipamento pra subir.

Branca Vianna: Quando entramos no prédio, achei que o porteiro ia querer saber onde a gente ia, mas ele só deixou a gente passar. **Primeira pessoa e ambientação.**

Branca Vianna: Aqui, é aqui, né? Tem um... ah tá, tá. Achei que ele fosse querer falar com a gente.

Doca Street: Não. Não vou dizer que tá comigo tá com Deus, que pega mal.

Branca Vianna: Você é conhecido nesse prédio, né.

Doca Street: Sou, tô quase todo dia aqui.

Branca Vianna: Ah, é? Obrigada!

Branca Vianna: A gente subiu junto no elevador, sem falar nada.

Branca Vianna: Oi, tudo bem? Lembra da gente? E aí, Jorge, tudo bom?

Jorge Alves de Lima Filho: O Doca não veio com vocês?

Branca Vianna: Subiu com a gente no elevador.

Jorge Alves de Lima Filho: Senta aqui ao lado dela.

Doca Street: Acabei de almoçar aqui do lado, vou só...

Branca Vianna: O Doca não queria sentar. Não tirou nem os óculos escuros.

Jorge Alves de Lima Filho: Docá!

Doca Street: Oi.

Jorge Alves de Lima Filho: Você quer tomar uma cervejinha?

Doca Street: Não, Jorginho, eu tomei até água, porque senão...

Branca Vianna: Enquanto a Flora pegava a autorização do Doca pra gente usar a voz dele aqui no podcast, eu fiquei batendo papo com o Jorge, que sempre tinha uma história mais inusitada que a outra.

Branca Vianna: Como a pessoa sai com quinhentas vacas e ninguém vê? Todo mundo vê? Ninguém vê o sujeito sair com quinhentas vacas?

Jorge Alves de Lima Filho: Tudo mancomunado um com outro, sabe. Doca, senta aqui, Doca.

Doca Street: Deixa eu falar.

Jorge Alves de Lima Filho: Não, eu vou fazer um preâmbulo aqui de um minuto, como é que vocês descobriram meu tele- aah...

Branca Vianna: O Jorge fez vários preâmbulos.

Jorge Alves de Lima Filho: Olha, agora sobre você, falei: se você quiser, você fala...

Doca Street: Não, tudo bem, eu vou falar o seguinte...

Jorge Alves de Lima Filho: Deixa eu te fazer uma interrupção. Desde que eu tive com vocês aqui, ele teve com os filhos dele, né, e duas ou três vezes os filhos não queriam de jeito nenhum que ele fizesse a entrevista...

Branca Vianna: Quando os preâmbulos e interrupções do Jorge acabaram, o Doca tentou cortar a entrevista logo de cara.

Teremos entrevista? Segue a dúvida.

Doca Street: Eu tenho muita dificuldade de falar sobre a Ângela, porque eu não sou... Me emociona, eu sempre quebro a cara, acabo chorando, não vale a pena. Tá tudo aqui.

Branca Vianna: O “tudo aqui” era o livro que ele escreveu, contando a história do crime do ponto de vista dele.

Branca Vianna: A gente leu. A gente leu o seu livro.

Doca Street: Podem tirar tudo que vocês tiverem que me perguntar. Eu não menti, não, escrevi esse livro aos prantos. E eu me sinto mal falando mal da Ângela.

Branca Vianna: Falando mal da Ângela?

Doca Street: Não, falando da Ângela. Eu não posso falar mal, era uma pessoa que eu amei. Eu espero que vocês me poupem. Emoção.

Branca Vianna: A gente não quer falar mal dela.

Doca Street: Mal não pode.

Branca Vianna: A gente quer só saber como ela era...

Branca Vianna: Tentei de vários jeitos, mas parecia que ele podia desistir da entrevista a qualquer momento. Ainda estava apoiado no braço da poltrona, de óculos escuros, se recusando a sentar, apesar da insistência do Jorge.

Doca Street: Não, mas é que é difícil... Vou acabar me emocionando, me aborrecendo muito. Não vai me fazer bem. Eu tô com 84 anos, respeitem isso.

Branca Vianna: Como é que é?

Doca Street: Tô com 84 anos, respeitem isso.

Branca Vianna: Não tava fácil. Ele topou falar, mas parecia ter topado obrigado. Não sei por quê. Tentei ir pelas beiradas, perguntando sobre o que levou os dois pra Búzios.

Branca Vianna: A casa de Búzios, a intenção de vocês era morar lá, é isso?

Doca Street: Era morar lá. Sem percebermos, a entrevista vai acontecendo...

Branca Vianna: E fazer o quê, lá?

Doca Street: Nada. Se amar.

Branca Vianna: Por que vocês escolheram aquela casa?

Doca Street: Sei lá, porque eu sempre gostei da Praia dos Ossos. Mas eu, eu vou a Búzios muito antes de tudo isso, eu vou a Búzios, Búzios não tinha nada, nada nada nada. Quando chovia, aquilo lá uma barreira desgraçada, pra sair de lá era dureza.

Branca Vianna: Não tinha luz, né, não tinha...

Doca Street: Não, não tinha nada. Mas era uma delícia.

Branca Vianna: O Doca depois contou que nunca mais voltou pra Búzios. E repetiu muito o quanto que ele amou a Ângela.

Doca Street: Eu amei a Ângela, como um louco. Coisa mais gostosa do mundo. Não interessa se a gente quebrava o pau de vez em quando. Faz parte, né.

Branca Vianna: E ela também, né? Amava você?

Doca Street: Eu tenho certeza disso. Era inteligentíssima. Você leu a quarta capa do meu livro?

Branca Vianna: Eu li tudo.

Doca Street: Lê pra mim em voz alta.

Branca Vianna: Você não quer ler pra gente em voz alta?

Doca Street: Não, por favor.

Branca Vianna: É. Tá. "*Ângela, bagunceira, guerrilheira nata. Não que quisesse combater a hipocrisia. Não era isso. Jogava limpo, era o que era, e fazia o que queria. Achava a sociedade em que vivia horrível, preconceituosa e falsa, por isso não a respeitava. De uma certa maneira era pura, não se escondia atrás de nada. Nunca a vi querer prejudicar ninguém. Se o fez, foi a si mesma. Por querer se libertar, perdeu seus entes mais queridos. Não a mereci, porque não soube compreendê-la, não estava a altura dela. Ela deve ser lembrada com respeito. Desculpe-me, Ângela.*"

Doca Street: Eu não posso falar.

Branca Vianna: Era uma situação esquisita estar ali entrevistando aquele senhorzinho sobre um crime que ele cometeu quarenta anos antes, e que tava mais do que documentado em todos os meios possíveis. A coisa lógica a fazer era a gente percorrer um pouco a linha do tempo desse relacionamento, que você já ouviu nesse episódio.

Primeira pessoa

Branca Vianna: E a Ângela também era amiga da sua mulher, a Adelita, né?

Doca Street: Era muito. A gente se hospedava na casa da Ângela e do Ibrahim, né. Aí é que é a coisa, é uma aproximação muito... assim de casais, é... não sei. A vida, a gente não sabe nada... o amanhã, né. Então... aconteceu.

Branca Vianna: Não tinha ninguém ali pra dizer: "para com isso, que isso não vai dar certo", "oolha, que isso não vai dar certo", não tinha, ninguém que falou isso?

Doca Street: Acho que não, pra mim nunca ninguém falou nada, acho que nem pra Ângela, não sei, sinceramente eu não sei. E o... era raro o sábado e domingo que a gente não ia pro Rio. Ou a gente ficava no anexo ou então ficava na casa do Ibrahim.

Branca Vianna: Você acha que ele sabia?

Doca Street: Não.

Branca Vianna: Não, né?

Doca Street: Não, de jeito nenhum.

Branca Vianna: Nada, e nem a Adelita?

Doca Street: A Adelita podia desconfiar, mas acho que não. Pelo menos ela nunca me falou nada.

Branca Vianna: Perguntei também sobre os casos de violência antes do assassinato.

Doca Street: É, a gente brigou bastante. Mas não tinha porrada, ela nunca se machucou. Porque ninguém pode: “Ah, vi a Ângela marcada”, não existe isso, nunca ouviu falar um negócio desses.

Branca Vianna: Mas você falou no livro de alguns casos em que... em que ela, você deu umas sacudidelas nela, e tem um episódio num restaurante e... não?

Doca Street: É, pode ser. Não me lembro de ter marcado ela, não.

Branca Vianna: Não sei se ficou marcado. **Aqui há um longo silêncio.**

Doca Street: Deixado olho roxo, coisa assim.

Branca Vianna: É, não sei se ficou marcado.

Branca Vianna: Com marcas aparentes ou não, as brigas definitivamente aconteciam.

Doca Street: Brigar, brigava. A Ângela é de briga. Digite o texto aqui É de briga. Vê o histórico dela, é de briga mesmo. Nosso plano era ficar junto, sei lá se era só Búzios, o que ia acontecer depois, não tinha um plano. Se a Ângela era louca na época, eu talvez fosse muito mais. Não sei. Por isso que talvez pegou fogo.

Branca Vianna: Eu perguntei sobre a Gabriele, a alemãzinha da praia, que muitas vezes era retratada como a pivô do crime. Lembra, o Doca teria ficado revoltado que a Ângela queria fazer um *ménage à trois* com a Gabriele, e isso teria desencadeado a briga fatal.

Branca Vianna: Mas a Gabriele de fato foi um fator?

Doca Street: Não, não tinha nada a ver. Eu pura e simplesmente impedi que ela levasse a menina pra casa, tinha muita gente olhando também.

Branca Vianna: A briga de verdade se deu quando a Ângela mandou o Doca embora.

Doca Street: Eu não me lembro exatamente que horas foi, porque passou muito tempo. Ângela dormiu, quando ela acordou, a gente teve discussão, peguei o carro pra ir embora, aí voltei pra falar que isso, aí...

Branca Vianna: Aí é que deu tudo errado.

Doca Street: Ela atirou minha bolsa na minha cara, a bolsa abriu, o revólver caiu... Eu já levantei atirando, nem sei por quê, nem qual era a...

Branca Vianna: E por que você andava armado?

Doca Street: Sempre andei.

Branca Vianna: Mas por quê?

Doca Street: Não sei... Eu nunca tinha dado um tiro em ninguém, né.

Branca Vianna: Só em elefante.

Doca Street: Bom, mas elefante... aí é outra coisa. Eu dei cinco tiros. O pessoal acha que a arma engasgou, e que tive que re-engatar, não, dei cinco tiros. Você dá cinco tiros numa automática, ela faz tudo automaticamente.

Branca Vianna: Parecia que o Doca queria refutar o argumento do Evaristo de Moraes Filho, o advogado da acusação.

O Evaristo alegou que a arma engasgou depois do primeiro tiro, e que o Doca teria tido tempo de pensar, tempo de parar antes de matar. E, de fato, tinha quatro balas que mataram a Ângela, e uma quinta bala no chão. Mas essa bala não chegou a ser deflagrada.

Branca Vianna: Não engasgou...

Doca Street: Não teve engasgo nenhum.

Branca Vianna: Foi direto e...

Doca Street: E pronto. Acabei com a vida dela e com a minha, na época, né.

Branca Vianna: Com a dela certamente.

Doca Street: É.

Branca Vianna: E com a família dela também, né.

Doca Street: Ah, a família dela, poxa vida, não gosto nem de pensar.

Branca Vianna: Eu insisti nessa pergunta, que é uma pergunta que me atormenta sempre que eu leio sobre um caso de feminicídio: como acontece uma coisa dessas?

Branca Vianna: Um dos argumentos do Evandro era de que crime passional pode acontecer com qualquer pessoa.

Doca Street: Eu acho. Eu acho que é a pura verdade. Eu acho. Pisar muito no seu calo, você fica doidona.

Branca Vianna: É?

Doca Street: Você não acha?

Branca Vianna: Eu não tenho a menor ideia, eu não sei, isso eu tenho uma curiosidade muito grande de saber, o que é essa... eu não sei, eu não, eu não sei, realmente não sei.

Doca Street: Então nem queira saber... [risos]

Branca Vianna: Eu quero saber.

Doca Street: Olha, que é perigoso.

Branca Vianna: Eu quero saber de você o que é.

Doca Street: Você quer saber o que é perder a cabeça?

Branca Vianna: É.

Doca Street: Eu também não sei, de repente acontece, você não sabe por quê. Mas enfim... eu, eu, é o que eu te contei. Ela bateu na minha cara com a coisa, a minha bolsa abriu, se não tivesse abrido provavelmente não tinha acontecido nada. O revólver saiu fora, caiu, já levantei atirando. Foi isso. Eu não sei se pode chamar isso de violenta emoção, ou sei lá o quê.

Branca Vianna: Violenta emoção. Ou privação dos sentidos. A gente falou sobre a estratégia do Evandro Lins e Silva, o advogado dele. E o Doca disse pra gente que ele “fez um milagre”.

Branca Vianna: É, ele fez milagre... Porque ele acusou a Ângela né, ele... ele, ele conseguiu virar...

Doca Street: Me machucou isso.

Branca Vianna: É?

Doca Street: Não gostei.

Branca Vianna: Mas você sabia que ia ser essa defesa, né.

Doca Street: Mas não assim.

Branca Vianna: Ah é?

Doca Street: Não assim.

Branca Vianna: Ele não tinha te contado que ia chamar ela de devassa...

Doca Street: Não tinha ideia.

Branca Vianna: Lasciva... mãe desnaturada...

Doca Street: Não.

Branca Vianna: Como é que é? Vênus escarlate...

Doca Street: Nunca discutimos isso, não.

Branca Vianna: No *Mea Culpa*, o Doca escreveu que a estratégia foi apresentada pra ele antes do julgamento. Que ele se incomodou, mas o Evandro disse que ia ter que ser assim, e ele aceitou.

Branca Vianna: E se ele tivesse discutido?

Doca Street: Bom, quem quer ser preso? Provavelmente eu ia tentar... posso... não merece isso.

Aqui também há um grande silêncio.

Branca Vianna: A defesa dele foi...

Doca Street: Ela já tava morta, não podia mais se defender.

Branca Vianna: A defesa dele foi... inclusive, ele disse que ela tinha tendência suicida e queria...

Doca Street: Isso eu não acredito, não. Não me lembro disso também, de ele ter falado isso.

Branca Vianna: Ah, ele falou, é. Não, foi um dos argumentos principais, era que... é... que ela teria... a expressão dele é que ela teria cometido suicídio pelas mãos de outrem.

Doca Street: É verdade, tem razão.

Branca Vianna: Lembra disso?

Doca Street: Lembro.

Branca Vianna: Isso te surpreendeu quando você ouviu?

Doca Street: Olha eu tava tão abalado ali. Você não tem ideia do que é isso.

Branca Vianna: Eu não tenho, isso que eu tô querendo...

Doca Street: É uma coisa... a cidade inteira... sei lá. Uma coisa de maluco.

Branca Vianna: E como você acha que ficou a imagem da Ângela depois de, quer dizer, hoje em dia?

Doca Street: A Ângela é mito, né. A Ângela é mito.

Branca Vianna: Em que sentido?

Doca Street: Ela é a Ângela [risos]. Você que sabe.

Branca Vianna: E como deveria ficar a imagem dela, quer dizer, o que a gente...

Doca Street: É o que eu digo, tem que respeitar. Ela é uma mulher linda, corajosa, fazia o que queria... Quem não gostasse que se danasse, né. É... mulher decidida, nunca vou deixar de ter admiração por ela.

Jorge Alves de Lima Filho: Tchau. Muito Prazer.

Branca Vianna: Muito obrigada. Muito prazer e muito obrigada, e obrigada pelos livros também. Muito obrigada. Doca, muito obrigada. **A entrevista, de fato aconteceu.**

Doca Street: Bom, eu fiz esse negócio por causa do Jorginho. Vocês vejam lá o que vocês vão aprontar pra mim. E a minha família.

Branca Vianna: Tá, tá bom, pode deixar. Muito obrigada, você foi muito gentil. Tchau. **E aqui, descobrimos, foi uma entrevista longa.**

Branca Vianna: Foi uma entrevista difícil. E longa, levou duas horas e meia. Eu nunca tinha sentado pra conversar com assassino nenhum, muito menos com um homem que matou uma mulher porque se sentia dono dela. Mas era uma entrevista que eu queria muito fazer. Fiquei feliz e até agradecida por ele ter finalmente topado. **Nota-se que a entrevista, ponto alto do episódio está no terço-final.**

E saí convencida de que a gente fez bem em ouvir o Doca. Ele é um ser humano que errou, e de alguma maneira sabe que errou... E ele também é um criminoso que acabou pagando pelo que fez.

Primeira pessoa, e reflexão pessoal.

Isso porque o julgamento do Doca não ficou naquela primeira sentença, que foi praticamente uma absolvição. O veredito foi anulado. [Aqui, já começamos o teaser do episódio seguinte...](#)

Dois anos depois, em '81, o Doca entrou novamente no tribunal, réu pelo mesmo crime. E, nessa altura, havia uma expectativa muito diferente da sociedade pelo resultado desse segundo julgamento.

Doca Street: As feministas começaram depois de Doca Street, né. E elas fizeram muito barulho no segundo julgamento. Com toda razão.

Branca Vianna: Começaram, assim, no sentido de que apareceram, né, o movimento?

Doca Street: É. Eu nunca tinha ouvido falar, mas quando eu cheguei lá em Cabo Frio pro segundo julgamento tinha um... um movimento forte de mulheres, né.

Branca Vianna: No próximo episódio do *Praia dos Ossos*, a gente volta pro fórum de Cabo Frio. Em 1981, o Doca foi julgado de novo pelo assassinato da Ângela Diniz. E, dessa vez, as coisas foram conduzidas de maneira bem diferente pela Justiça, pela mídia e pela sociedade.

Praia dos Ossos é uma produção original da Rádio Novelo. Pra não perder nenhum capítulo, assina nosso feed aqui. E pra ver fotos do Jorge, do Doca, e presas de elefantes, vai lá no nosso site.

Eu sou a Branca Vianna, idealizadora e apresentadora desse podcast. A Flora Thomson-DeVeaux é uma caçadora de papéis velhos, o que é um esporte bem menos perigoso para todos os envolvidos. A montagem é da Laís Lifschitz.

A direção criativa é da Paula Scarpin, que assina o roteiro com a Flora, e com o Aurélio Aragão e o Rafael Spínola, da Segundo Andar. A coordenação digital é da Kellen Moraes. Nosso diretor executivo é o Guilherme Alpendre.

A produção é da Claudia Nogarotto. A captação pra esse episódio é do Tales Manfrinato, em São Paulo, e do Rafael Facundo e Rodrigo Pereira, no Rio. Gravamos algumas entrevistas no estúdio Rastro. A pesquisa audiovisual é de Antonio Venancio.

A identidade sonora do *Praia dos Ossos* foi composta pelo Pedro Leal David. Música adicional da Mari Romano e da Blue Dot. A finalização e mixagem são obra do João Jabace.

Nossa identidade visual é da Elisa Pessoa, nossos vídeos são da Marina Quintanilha, e o nosso site é da Café. A Isabela Moreira é nossa editora redes sociais, que tem peças

produzidas também pelo Mateus Coutinho. A Ana Beatriz Ribeiro e a Juliana Jaeger completam o time digital. Luciele Almeida faz a gestão da campanha de mídia.

A checagem foi do Érico Melo e da Luiza Miguez.

Para esse episódio, agradecemos a ajuda de Kiki Garavaglia, Ana Maria Tornaghi, Fritz d'Orey, Jorge Alves de Lima Filho, e Doca Street.

Obrigada e até a semana que vem.