

O Homem da Casa Amarela: Produção de Podcast Narrativo como Resgate da História do Cineasta Cearense Eusélio Oliveira¹

Cainan Matheus Coelho de MELO²
Andrea Pinheiro Paiva CAVALCANTE³
Universidade Federal do Ceará - UFC

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo relatar o processo de produção do *podcast* narrativo *O Homem da Casa Amarela*. A partir de estratégias das narrativas radiofônicas, explorou-se a vida e o legado de Eusélio Oliveira, pioneiro do movimento cineclubista em Fortaleza e figura central na formação de plateia e no fortalecimento do cinema no Ceará. A metodologia adotada foi o *Design Thinking*, conforme a abordagem de Vianna et al. (2011), envolvendo pesquisa exploratória e etapas próprias da produção radiofônica, como elaboração de roteiros, locução, montagem e sonorização.

PALAVRAS-CHAVE: *podcast*; narrativas radiofônicas; cultura; Eusélio Oliveira; Casa Amarela Eusélio Oliveira.

INTRODUÇÃO

Desde o início do século XX, a radiofonia transformou a comunicação, e se consolidou como um importante meio responsável por criar experiências culturais sonoras compartilhadas. Segundo Hermann Pongs (1980, p. 114), “O rádio acopla uma tarefa individual a uma tarefa coletiva, fala ao sentido interior de cada um e procura o que há de humanamente comum em centenas de milhares de pessoas”. A sua capacidade de assumir diferentes formatos desempenhou papel fundamental no fortalecimento dos vínculos sociais mediados pelo som.

Com o avanço da internet, houve a necessidade de renovação do fazer radiofônico frente às novas demandas de escuta, produção e consumo do conteúdo sonoro por um novo público. Surgiram assim os *podcasts*, que combinam a linguagem sonora com recursos multimídia intrínsecos ao ambiente digital (Viana, 2022, p.

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Estudos em Podcast, evento integrante da programação do 25º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 26 a 28 de junho de 2025.

² Bacharel em Sistemas e Mídias Digitais da UFC, email: cainanmatheuscm@gmail.com.

³ Professora do Curso de Sistemas e Mídias Digitais da UFC, email: andrea@virtual.ufc.br.

318-339). No Brasil, os *podcasts* encontraram um terreno fértil para formação de público, dados da PodPesquisa 2024/2025⁴, realizada pela Associação Brasileira de Podcasters (ABPod), indicam que o país conta com aproximadamente 31,94 milhões de ouvintes frequentes. O caráter narrativo vem ganhando destaque entre as produções nacionais, explorando temas históricos, sociais e culturais de forma aprofundada e imersiva.

Nesse contexto, o *podcast O Homem da Casa Amarela* foi desenvolvido como um trabalho de conclusão de curso na graduação de Sistemas e Mídias Digitais, e trata-se de um produto narrativo não-ficcional que resgata a trajetória de Eusélio Oliveira, figura central no desenvolvimento do cinema no Ceará. A produção utiliza estratégias da linguagem sonora para apresentar sua contribuição ao audiovisual, à cultura e à política, explorando entrevistas, arquivos históricos e recursos de sonoplastia. O projeto propõe, em 04 episódios, não apenas preservar a memória de Eusélio Oliveira, mas também refletir sobre a sua ausência e a permanência de seu legado no imaginário cultural cearense.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A partir do seu surgimento em 2004, o *podcast* consolidou-se como uma nova forma relevante de mídia digital. Destacando-se pela versatilidade e acessibilidade, a mídia oferece uma experiência única ao ouvinte, permitindo o consumo de conteúdo em áudio sob demanda, rompendo com os formatos tradicionais de transmissão. Sobre esse aspecto, Richard Berry (2016, n.p) afirma que “*podcasts* são uma forma íntima de mídia. Ouvimos em fones de ouvido trabalhos frequentemente produzidos em casa sobre assuntos que frequentemente falam ao nosso interior”. Dessa forma, o *podcast* utiliza do ambiente digital para se destacar pela personalização e pela possibilidade de aprofundamento em temas específicos.

A diversidade de formatos é uma das principais razões para a popularização dos *podcasts*, permitindo que diferentes estilos e objetivos narrativos encontrem espaço nessa mídia. Berry (2020, n.p.) propõe ainda uma divisão em 3 diferentes tipologias para categorizá-los: conversa, ficção e narrativas. Os *podcasts* de conversa são aqueles que giram em torno do diálogo entre dois ou mais participantes, podendo ser uma

⁴ Disponível em: https://abpod.org/wp-content/uploads/2024/10/PodPesquisa_2024_2025FINAL-1.pdf. Acesso em: 27 dez. 2024

entrevista, debate ou conversa informal. Os de ficção, por outro lado, são dedicados à criação de histórias imaginativas, explorando histórias e contos fictícios.

Por fim, os *podcasts* narrativos destacam-se por sua estrutura planejada e roteirizada, guiando o ouvinte por histórias e análises específicas. Segundo Berry (2020, n.p.), esse formato se caracteriza pelo uso intencional de elementos como entrevistas, efeitos sonoros e trilhas musicais, que se integram à narrativa de forma coesa e estratégica, resultando em uma experiência imersiva. Conforme afirma Viana (2022, p. 318-339), “o *podcasting* lança mão de outras ferramentas multimídia na composição de sua narrativa”, sendo comum a utilização de hipertextos intrínsecos ao ambiente digital para complementar as informações transmitidas no produto em áudio.

Essa abordagem narrativa é eficaz para tratar temas complexos e provocar reflexões profundas, conectando o ouvinte a questões sociais, históricas, políticas e culturais por meio de uma comunicação bem elaborada. Um marco importante nesse gênero foi o lançamento do *podcast Serial*, em 2014, que se destacou ao reconstituir o caso real do assassinato de Hae Min Lee com técnicas jornalísticas e narrativas envolventes (Bonini, 2015). No Brasil, os *podcasts* narrativos começaram a ganhar força a partir de 2018, por meio da série *O Caso Evandro* (2018), realizada pelo *Projeto Humanos*, que popularizou o formato ao unir jornalismo investigativo e *storytelling* para recontar crimes reais sob uma perspectiva crítica, atingindo milhões de downloads e contribuindo para estabelecer o gênero do “radiojornalismo narrativo” (Viana, 2023, p. 109-115).

A linguagem radiofônica, também aplicada aos *podcasts* citados, é marcada por sua singularidade em criar espaços visuais na imaginação dos ouvintes. Como destaca Viana (2023, p. 132), essa linguagem “transpõe tempo e distância para contar histórias”, estabelecendo assim uma conexão íntima entre emissor e ouvinte. A ausência de elementos visuais, para Meditsch (2001), exige atenção ativa e participação criativa do receptor, transformando a escuta em um ato de coautoria. Essa interação é ampliada no *podcast*, que, diferente do rádio tradicional, incorpora recursos multimídia como forma de complementar o conteúdo sonoro (Viana, 2022).

Dessa forma, considerar a linguagem radiofônica como um texto sonoro permite explorar com profundidade o potencial expressivo da voz, como observa Pongs (1980, p. 116): “na peça radiofônica o valor mais decisivo cabe à fala”. Além disso, o uso de

outros elementos, como efeitos, trilha musical, não apenas fortalecem a mensagem, como também ampliam o envolvimento do ouvinte com a narrativa (Viana, 2023, p. 135-136). Dessa maneira, ao utilizar elementos multimídia associados, o *podcast* reinventa a forma como essa linguagem é utilizada, expandindo os limites do rádio tradicional sem perder sua essência emocional. Assim, o *podcast* narrativo se firma como uma mídia potente, capaz de causar sensações e proporcionar uma experiência de escuta imersiva e engajante ao ouvinte.

METODOLOGIA

Para o desenvolvimento do *podcast* narrativo *O Homem da Casa Amarela*, adotou-se a abordagem metodológica do *Design Thinking*, por sua capacidade de integrar processos criativos e colaborativos às diferentes etapas do fazer radiofônico – como pesquisa, roteirização, gravação e edição. A estrutura metodológica utilizada tem como base o modelo proposto por Vianna et al. (2011), que destaca a multidisciplinaridade, a colaboração e a tangibilização como pilares fundamentais do processo, elementos que favorecem a geração de soluções inovadoras (Vianna et al 2011, p.12). O método organiza o desenvolvimento em três etapas principais: imersão, ideação e prototipação. No contexto deste projeto, a fase de prototipação adquire características de implementação, visto que se concretiza na entrega final do *podcast*.

A etapa de imersão consistiu na coleta e análise de informações provenientes de fontes digitais e físicas com o intuito de aprofundar a compreensão sobre a trajetória de Eusélio Oliveira, para além de sua atuação como diretor da Casa Amarela. Foram realizadas pesquisas em plataformas informativas, científicas e audiovisuais, além de consultas a acervos físicos e contato direto com instituições e familiares do biografado. Também foi realizada uma curadoria de possíveis entrevistados, resultando em cinco entrevistas, em sua maioria remotas, com familiares, amigos e cineastas influenciados por Eusélio, que contribuíram com relatos pessoais e dados históricos. Essas ações possibilitaram a construção de uma base informativa consistente, essencial para orientar as escolhas narrativas do *podcast* e garantir a fidelidade histórica do conteúdo, além da coleta de materiais sonoros que foram utilizados na montagem final.

Em um segundo momento, foi iniciada a etapa de ideação do projeto, que teve como foco transformar as informações obtidas na fase de imersão em elementos

criativos e estruturais para o *podcast*. A partir da análise e síntese dos dados coletados, foram identificados os principais temas a serem abordados – cinema, política, personalidade e a Casa Amarela –, o que possibilitou os primeiros esboços de roteiro e a definição da estrutura narrativa. Também foram mapeados os recursos sonoros mais relevantes, como depoimentos e arquivos históricos, que dariam suporte à construção da atmosfera do *podcast*. A escolha da trilha sonora serviu de reforço ao caráter investigativo e emocional da narrativa, contribuindo para a imersão do ouvinte e consolidando a identidade sonora do projeto.

A etapa de implementação correspondeu à concretização de todas as fases anteriores, resultando na produção do *podcast O Homem da Casa Amarela*. Ela teve início com a finalização dos roteiros, pensados para integrar a história narrada junto às experiências do narrador, tornando ele parte do enredo. Sobre isso, Viana (2023) reforça que a ausência de elementos visuais estimula o ouvinte a imaginar a aparência daquele que fala, inserindo assim, de maneira subjetiva, o locutor à obra narrada. Em seguida foi realizada a gravação da locução, e com todas as sonoras disponíveis, iniciou-se o processo de montagem dos episódios. O uso de trilhas e efeitos sonoros contribuiu para a ambientação das cenas e reforço emocional dos relatos. Ao final, quatro episódios foram finalizados, abordando desde a infância de Eusélio Oliveira até seu legado para o cinema cearense.

RESULTADOS

O *podcast* “O Homem da Casa Amarela” é composto por quatro episódios narrativos que exploram diferentes aspectos da vida de Eusélio Oliveira, como sua infância, processo de politização, atuação no fomento ao cinema e aspectos de sua intimidade, a partir de relatos de familiares e amigos. A construção da série envolveu pesquisa de campo, entrevistas, roteirização, locução e sonorização, com o objetivo de criar uma experiência sonora imersiva e sensível ao legado do personagem retratado.

A construção de uma fundamentação teórica, ancorada nos estudos sobre *podcasts* narrativos e nas especificidades da linguagem radiofônica, contribuiu para a definição de estratégias de *storytelling* adequadas ao formato e aprofundou a compreensão sobre as potencialidades do áudio como meio expressivo. Já a aplicação do *Design Thinking* como metodologia de desenvolvimento permitiu organizar as etapas

de produção – imersão, ideação e implementação – de forma flexível, otimizando decisões criativas orientadas por repertório e referência de produções similares.

Como desdobramento futuro, pretende-se desenvolver uma identidade visual autoral e materiais multimídia complementares, como fotos, textos e vídeos, que ampliem a experiência do público e aprofundem a compreensão sobre a trajetória de Eusélio Oliveira. O *podcast* será distribuído pelas principais plataformas de áudio. Por fim, conclui-se que os objetivos foram alcançados, evidenciando o potencial do *podcast* narrativo como ferramenta de valorização da cultura e da memória, além de contribuir como referência para futuras produções e pesquisas no campo das narrativas sonoras.

REFERÊNCIAS

BERRY, Richard. **There are just 3 types of podcast**. *Radio & Podcast Academic*, 2020. Disponível em: <https://richardberry.eu/there-are-just-3-types-of-podcast/>. Acesso em: 27 dez. 2024.

BERRY, Richard. **MAPPING PODCASTS**, 2016. Disponível em: <https://richardberry.eu/mapping-podcasts/>. Acesso em: 27 dez. 2024.

BONINI, Tiziano. A “segunda era” do podcasting: reenquadrando o podcasting como um novo meio digital massivo. Tradução: Marcelo Kischinhevsky. *Radiofonias — Revista de Estudos em Mídia Sonora*. Mariana-MG, v. 11, n. 01, p. 13-32, jan./abr. 2020.

MEDITSCH, Eduardo. **O ensino do radiojornalismo em tempos de internet**, *Anais do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom*. Campo Grande, 2001. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2001/papers/np6meditsch.pdf>. Acesso em: 4 jan. 2025.

PONGS, Hermann. **Cinema e Rádio**. In: SPERBER, George. (org.). *Introdução a peça radiofônica*. São Paulo, SP: EPU, 1980.

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

VIANA, L.; PERNISA JÚNIOR, C. **True Crime em podcasts narrativos: o uso de formatos complementares ao áudio**. *Revista Eco-Pós*, v.25, n.3, p. 318-339, 2022.

VIANNA, Maurício et al. **Design thinking: inovação em negócios**. Rio de Janeiro: MJV Press, 2012.