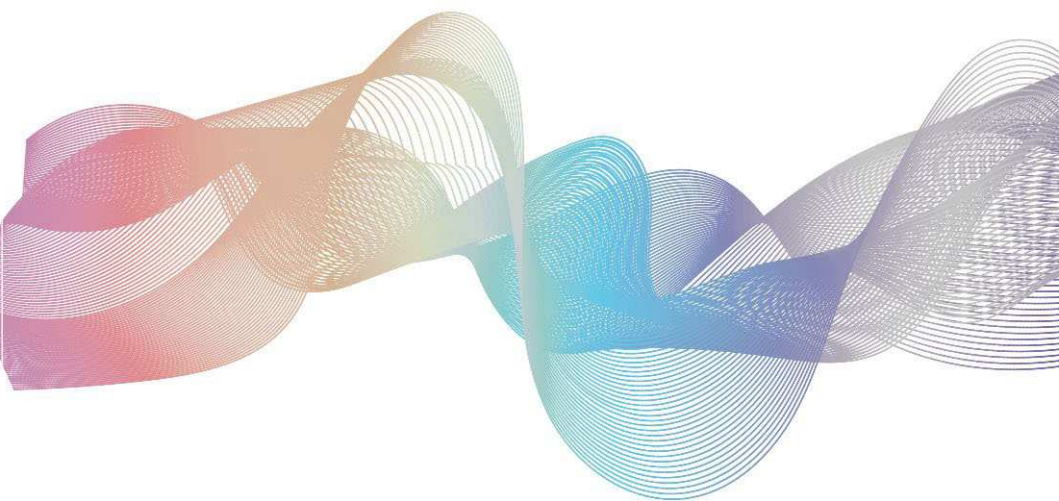


# História do Tempo Presente

oralidade - memória - mídia



Janice Gonçalves (org.)

casasoberta  
editora

Editores Casa Aberta  
Ivana Bittencourt dos Santos Severino  
José Isaías Venera  
José Roberto Severino

Rua Lauro Müller, n. 83, centro | Itajaí | CEP: 88301.400  
Fone/Fax: (47) 30455815

H673 História do tempo presente: oralidade, memória, mídia / Janice  
Gonçalves, organizadora. - Itajaí, SC: Casa Aberta, 2016.  
230 p.; 14 x 21 cm

Vários autores.

Bibliografias.

ISBN: 978-85-62459-60-3 (broch.)

1. História - Tempo presente. 2. Historiografia. 3. Pesquisa  
histórica. 4. Memória. 5. Gonçalves, Janice (Org.).

CDU: 351.71

Índices para catálogo sistemático:

1. Historiografia 907.2

Revisão: Ivana B. S. Severino  
Projeto Gráfico e Diagramação: José Isaías Venera

#### Conselho Editorial

Dr. André Luis Ramos Soares (UFSM)

Dr. Antônio Emilio Morga (UFAM)

Dra. Casimira Grandi (UnTn - Universidade de Trento)

Dr. Clara Dornelles (UniPampa)

Dr. José Bento Rosa da Silva (UFPE)

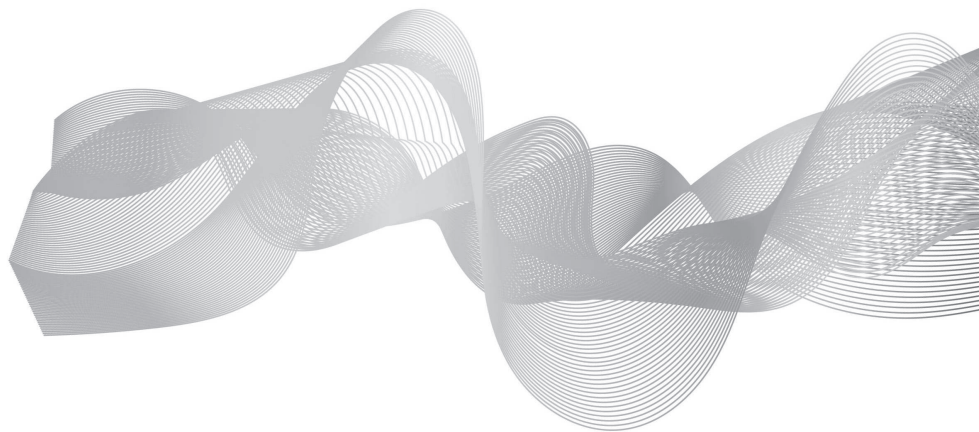
Dr. José Roberto Severino (UFBA)

Dr. Lourival Andrade Jr. (UFRN)

Dr. Pedro de Souza (UFSC)

Dra. Raquel Alvarenga Sena Venera (Univille)

Msc. José Isaías Venera (Univali/Univille)



# Sob o encanto da contação de estórias?

História oral numa era neoliberal<sup>1</sup>

Alexander Freund [Tradução: Maria Cristina Itokazu]

## O fenômeno da contação de estórias <sup>2</sup>

Nas manhãs de sexta-feira, milhões de americanos sintonizam a National Public Radio (NPR) a caminho do trabalho, e seus

---

<sup>1</sup> FREUND, Alexander. Under Storytelling's Spell? Oral History in a Neoliberal Age. *Oral History Review*, v. 42, n. 1, p. 96-132, Winter/Spring 2015. Copyright © Oxford University Press. Primeiramente publicado, *online*, em 11 de março de 2015.

A tradução e a publicação do artigo de Alexander Freund, neste livro, foram autorizadas pela Oxford University Press (editora da *Oral History Review*). Cabe informar que versão preliminar do texto foi apresentada na conferência final do II Seminário Internacional História do Tempo Presente, realizado na Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC), em Florianópolis, SC, de 13 a 15 de outubro de 2014; o evento foi promovido pelo PPGH-UDESC. (Nota da organizadora)

<sup>2</sup> Traduzimos os termos “story” e “history” do original em inglês como “estória” e “história”, respectivamente. Esperamos com isso evitar confusões

corações se enternecem quando ouvem o apresentador anunciar: “É hora de StoryCorps. Pessoas de todo país vêm ao StoryCorps para gravar entrevistas com os amigos e as pessoas que amam”. Ficam com os olhos marejados e podem mesmo ter que encostar o carro para chorar um pouco enquanto saboreiam mais uma estória *tipicamente* americana de sofrimento e eventual triunfo. Num dia, Ida Cortez, dez anos de idade, de São Francisco, diz à sua mãe o quanto adora ler, apesar da dislexia; no outro, três irmãos cegos falam de um benfeitor, também cego, que deu a eles o que a mãe não conseguiu prover. Desde 2003, o StoryCorps e a NPR produziram e veicularam mais de 500 dessas estórias de três minutos<sup>3</sup>. Elas fazem parte de um fenômeno novo no Ocidente: a contação de estórias. Este artigo examina esse fenômeno e suas implicações para os pesquisadores de história oral.

A contação de estórias se tornou um modismo nas sociedades ocidentais, especialmente na América do Norte. Este artigo se concentra na contação pública de estórias autobiográficas – falar publicamente sobre a própria vida. A contação pública de estórias autobiográficas – contação de estórias, para abreviar – é um fenômeno social novo que emergiu durante o último quarto de século. Esse novo fenômeno compreende: a prática individual de tornar pública uma parte da própria vida na forma de estória, muitas vezes em tom confessional; uma indústria de apoio que inclui tanto a academia quanto as organizações com e sem fins lucrativos; e uma cultura e *mentalité* mais amplas que incentivam as práticas individuais, a indústria e o público em geral a produzir, divulgar, vender, comprar e consumir estórias confessionais. O fenômeno da contação de estórias está fundamentado em certos processos das sociedades ocidentais: por um lado, a democratização e a maior igualdade social e legal e, por outro, a maior desigualdade

---

desnecessárias que dificultariam a compreensão do texto. Também optamos por traduzir “oral historians” como “pesquisadores de história oral”. (Nota da tradutora)

<sup>3</sup> Todas as estórias estão disponíveis nos *sites* das duas organizações: <<http://storycorps.org/listen/>> e <<http://www.npr.org/series/4516989/storycorps>>.

econômica, a falência do Estado de Bem-Estar Social e a emergência de um hiperindividualismo crasso, na esteira do neoliberalismo. Além disso, a contação de estórias é moldada pelos discursos da emoção, da terapia, da sobrevivência e do trauma que emergiram na década de 1970, nas sociedades ocidentais, e tem raízes numa história secular de práticas de entrevista confessionais e psicologizantes que fornecem um modelo para o automonitoramento e o autorrelato.

Afirmo que esse tipo de contação pública de estórias autobiográficas é uma tecnologia de si. Como tal, é um modo eficaz de formar identidades individuais e coletivas por meio de narrativas unificadoras. Com foco no que é individual, o novo tipo de contação de estórias tende a atomizar a sociedade, apresentando o narrador como um protagonista que vence desafios aparentemente pessoais num mundo de circunstâncias inexplicáveis como a pobreza, a discriminação e a opressão. É motivado pela crença liberal na autonomia, na liberdade e nos direitos individuais. Inadvertidamente, no entanto, sustenta os valores neoliberais do consumismo, da competição e das soluções do livre mercado para todos os problemas econômicos, sociais e culturais. A indústria da contação de estórias se alimenta da simpatia, mas não é capaz de criar empatia ou compreensão. A ascensão da contação de estórias levou a uma despolitização da narrativa e do discurso público - substituindo a política por nostalgia, culto do herói, nacionalismo, fabricação de mitos e mantras de autoajuda como a crença no pensamento positivo, na autossuficiência e no autoempoderamento.

Devo esclarecer que não estou falando de todas as práticas de contação de estórias. A contação de estórias sempre existiu; é “um dos nossos atos sociais básicos” (JACKSON, 2007, p. X)<sup>4</sup>. Ao contrário, falo de um novo discurso a respeito da contação de estórias que apareceu no Ocidente durante o último quarto de século. Uma simples busca no Google por “contação de estórias”

---

<sup>4</sup> Sobre o papel fundamental da contação de estórias na sociedade, ver: BOYD (2009); GOTTSCHALL (2013); JACKSON (2007).

deixa claro que ela é assunto em todos os setores da sociedade e é discutida sempre do mesmo modo, na medicina e na atenção à saúde, nos negócios e na publicidade, na pedagogia e na terapia: contar uma estória, especialmente sobre si mesmo e principalmente se ela revela detalhes íntimos da sua vida, é sempre positivo e normalmente soluciona problemas de outra forma intratáveis. Essa visão unilateralmente positiva é muitas vezes ou ingênua ou calculada (para explorar a ingenuidade dos outros a respeito da “magia” da contação de estórias).

Ao invés de abraçar esse novo discurso sobre a contação de estórias, os pesquisadores de história oral precisam investigá-la como um fenômeno social historicamente situado. Precisamos perguntar: Por que e como esse tipo de contação de estórias emergiu como um novo movimento social e uma nova indústria, no final do século XX? Como ele ganhou poder cultural, social e econômico durante o último quarto de século? Quais são os seus efeitos sociais, políticos, culturais, econômicos e mentais sobre a sociedade? E, finalmente, quais as implicações metodológicas, interpretativas, éticas e políticas para a prática da história oral? Estudar a contação de estórias como um fenômeno social faz parte de uma tarefa maior que os pesquisadores de história oral devem enfrentar: posicionar esse campo de conhecimento em uma história de *longue durée* da entrevista, que se ocupe tanto das suas tecnologias específicas quanto das forças sociais, econômicas e culturais mais abrangentes (FREUND, 2014). Neste artigo, persisto na tarefa de historicizar a história oral, focalizando o período mais recente.

A seguir, descrevo rapidamente o extraordinário crescimento da contação de estórias comercial e não comercial nas últimas décadas. Considero o desenvolvimento do StoryCorps e a resposta do público e dos historiadores aos seus produtos como um estudo de caso. Contextualizo o fenômeno da contação de estórias, relacionando-o com as mudanças econômicas e sociais que ocorreram nos EUA desde a década de 1970, em particular o crescente hiato entre a igualdade política e a desigualdade econômica. Dedico especial atenção a desenvolvimentos

socioculturais concomitantes, como o surgimento de uma cultura terapêutica e de uma obsessão dirigida à emoção, à sobrevivência, ao trauma e à lembrança, e a ascensão do movimento de pensamento positivo e de autoajuda. Concluo examinando o que está em jogo nessa discussão a respeito da contação de estórias e da história oral e sugiro algumas questões para investigação futura, questões que os pesquisadores de história oral, como estudiosos da narrativa, da comunicação interativa, da história e da política, estão especialmente bem equipados para enfrentar.

O novo fenômeno da contação de estórias que descrevo a seguir é mais evidente nos EUA, mas também está presente em outras sociedades ocidentais como o Canadá, a Austrália e o Reino Unido. Uma descrição exaustiva desse fenômeno está além das possibilidades deste artigo e, o que é mais importante, além dos limites do nosso conhecimento atual. Até onde posso dizer, as ciências sociais e as humanidades ainda não identificaram essa mania recente como um fenômeno que peça maior escrutínio. Na falta de qualquer pesquisa substantiva, no ponto em que estamos hoje podemos apenas descrever algumas das suas características mais visíveis.

Uma busca na Internet por “contação de estórias” revela o escopo e a diversidade dessa expressão. A Wikipedia descreve a contação de estórias em termos genéricos como “a comunicação de eventos através de palavras e imagens, muitas vezes usando improvisação e ornamentos. Estórias ou narrativas têm sido compartilhadas em todas as culturas como forma de entretenimento, educação, preservação da cultura e transmissão de valores morais”. Os autores da Wikipedia também nos dizem que “a contação de estórias antecede a escrita” e que “a contação de estórias contemporânea” extrapola a tradição oral e os gêneros tradicionais como o conto de fadas para incluir “história, narrativa pessoal, comentário político e normas culturais em desenvolvimento”. É usada na educação, na terapia, nos jogos, na ficção interativa e nos documentários (WIKIPEDIA, 2014b). Nessa definição, as estórias contadas podem falar de qualquer coisa,

adotar qualquer forma e ser usadas para tudo. Claramente, então, a contação de estórias permeia nossa vida cotidiana. Esse é também o argumento do intelectual americano Jonathan Gottschall; ele chama o ser humano de “animal que conta estórias” (GOTTSCHALL, 2013)<sup>5</sup>.

Uma busca por “contação de estórias” no Google leva a dezenas de milhões de resultados; eles reforçam a afirmação da Wikipedia de que o contar estórias se tornou um método bem aceito e popular nos campos da terapia, da educação, da gestão do conhecimento, da comunicação e da estratégia empresariais, da resolução de conflitos, da publicidade, da música e do cinema, referindo-se às vezes, ainda que implicitamente, à contação de estórias antiga e tradicional dos povos da África e das Américas. Mais do que qualquer coisa, a contação de estórias se tornou uma nova ferramenta gerencial. A contação de estórias, aprendemos na Wikipedia, é hoje amplamente utilizada nas empresas como “uma via mais convincente e efetiva para a transmissão de informações do que a utilização dos fatos a seco”. A contação de estórias é usada para resolver conflitos no local de trabalho, fomentar o espírito de equipe, elaborar estratégias de negócios e fazer a propaganda de produtos e serviços. A “contação de estórias organizacional” é considerada uma “competência-chave para os líderes do século XXI” (WIKIPEDIA, 2014a). Realmente, o mercado do livro foi inundado por títulos que apresentam a contação de estórias como uma estratégia poderosa no gerenciamento da reorganização corporativa, das demissões e da “diversidade”. Os administradores aprendem que “fatos contam, estórias vendem” e que *vence quem contar a melhor estória*<sup>6</sup> (a respeito, ver BROWN;

---

<sup>5</sup> Esse autor argumenta a favor de uma definição abrangente de estória – dos sonhos e da propaganda até as canções e os esportes televisionados. Ver GOTTSCHALL, 2013, p. 1-20.

<sup>6</sup> Em itálico, alusão ao livro de Annette Simmons, *Whoever Tells the Best Story Wins*, publicado em 2007, que o autor comentará em seguida. (Nota da organizadora).



DENNING; GROH; PRUSAK, 2004; DENNING, 2007; GARGIULO, 2006 e 2011; SIMMONS, 2002 e, com um novo subtítulo, 2006; SIMMONS, 2007; LIPMAN, 1999; BENNETT; YAEGER, 2013; MAZZOCCHI, 2013; MEYER, 2014)<sup>7</sup>.

Em *Vence quem contar a melhor estória*, a autora Annette Simmons encoraja os seus leitores a usar uma estória pessoal para ganhar a confiança das pessoas. Outros manuais encorajam os leitores a utilizar a contação de estórias para (re)conquistar a confiança em si mesmos. Os manuais de autoajuda por meio da contação de estórias são pensados para ajudar os leitores a enfrentar vários problemas pessoais, ou de relacionamento, usando a contação de estórias autobiográficas. Esses manuais fazem parte de uma indústria muito maior, o chamado movimento de autoajuda e realização, identificado pelo jornalista Steve Salerno, em 2005, como uma indústria de muitos bilhões de dólares que, só em 2003, produziu de 3.500 a 4.000 livros e em 2005 arrecadou 8,56 bilhões de dólares (SALERNO, 2005). A contação de estórias é vendida hoje como uma estratégia de treinamento para melhorar os relacionamentos pessoais e a vida em geral. Da confissão clássica – *Contar a minha estória* (Passo 5 do programa de 12 passos dos Alcoólicos Anônimos, de 1939) – até a novíssima “solução da contação de estórias para a baixa autoestima”, diz-se a um grande público que “mudar a sua estória [significa] mudar a sua vida” e que contar estórias é um “modo de curar” e de “vivenciar a espiritualidade” (STEP 5, 2010; JOHNSON, 2014; TOLAN, 2011; LOEHR, 2008; DESALVO, 1999; COX; ALBERTS, 2003; O’KEEFE; O’KEEFE, 2013; KURTZ; KETCHAM, 2014). Juntos, esses livros, DVDs, oficinas, seminários, retiros e sessões de treinamento pessoal mostram o quanto cresce a crença popular no “poder da narrativa” para quem quer se transformar e influenciar outros. São parte do mantra dessa indústria, que celebra o

---

<sup>7</sup> Também o conjunto de 4 DVDs de Ty Bennett, *Facts Tell - Stories Sell*, anunciado em <<http://tybennett.com/product/facts-tell-stories-sell-4-dvd-set/>>.

empoderamento por intermédio da autoajuda e do pensamento positivo (SALERNO, 2005, p. 32-34; EHRENREICH, 2009).

A abordagem confessional da contação de histórias é modelada e reproduzida nos meios de comunicação populares, incluindo os jornais, as revistas, o rádio e a televisão, as plataformas *online* e as campanhas de arrecadação de fundos. Quase todos os relatos da indústria do entretenimento, uma grande parte dos relatos do esporte profissional, assim como dos relatos a respeito de políticos, são baseados na exposição pública de vidas privadas e na busca de confissões escandalosas<sup>8</sup>. Precisamos apenas nos lembrar das inúmeras confissões públicas que acontecem no sofá de Oprah Winfrey – “um lugar que mistura terapia com comércio na produção da ‘conversa’” (GILMORE, 2010, p. 662) – para reconhecer a prevalência e o poder desse novo fenômeno de contação de histórias<sup>9</sup>. Esse tipo de contação é às vezes vendido na embalagem da história oral – seja na *Vanity Fair*, no *Washington Post*, na *Rolling Stone*, na *Buzz Feed*, na *The Wire* ou em qualquer mídia, um pastiche de excertos de entrevista sobre uma peça, um programa de TV, uma banda de rock ou evento musical é hoje comumente chamado de história oral. Isso é irritante para os pesquisadores de história oral, mas o mais importante é que uma parte crescente da população tem aprendido a pensar e a falar sobre si da mesma forma que as estrelas tornam públicos os detalhes mais íntimos de suas vidas.

Fora do circuito comercial, o movimento da contação de histórias é mais evidente nos setores sem fins lucrativos e no acadêmico, onde muitos contadores de histórias se opõem ao movimento de autoajuda ou às outras aplicações voltadas para o mercado. No

---

<sup>8</sup> Para mais exemplos, ver FREUND; JESSEE (2014, p. 317). Ver também a campanha de arrecadação *Feel no shame* [Não se envergonhe], da Sentebale, que inclui a revelação de segredos por parte de celebridades como o príncipe Harry, cofundador da entidade (SENTEBALE, 2014).

<sup>9</sup> Oprah Winfrey é conhecida por seu programa de entrevistas *The Oprah Winfrey Show*, na TV estadunidense. (Nota da organizadora)

setor sem fins lucrativos, os *websites*, projetos, circuitos e festivais de contação de histórias abrangem um vasto leque de práticas e gêneros, dos contos de fadas às narrativas autobiográficas. Os contadores podem ser profissionais ou amadores, podem fazer carreira ou se apresentar apenas uma vez. O Center for Digital Storytelling, em Berkeley, Califórnia, fundado pelo produtor teatral Joe Lambert, entre outros, oferece “serviços de projeto personalizados” para ajudar as pessoas a usar a “contação de histórias para o desenvolvimento profissional, como uma prática de reflexão, uma estratégia pedagógica ou um veículo para a educação, a mobilização comunitária ou o *advocacy*”<sup>10</sup> (CENTER FOR DIGITAL STORYTELLING, 2014a). No seu *website*, o centro afirma ter trabalhado com “aproximadamente mil organizações de todo o mundo e capacitado mais de quinze mil pessoas em centenas de oficinas, que ensinam a compartilhar histórias a respeito de suas vidas” (CENTER FOR DIGITAL STORYTELLING, 2014b). Muitas outras organizações sem fins lucrativos, além de empresas comerciais, oferecem serviços similares. Outros indivíduos e grupos estabeleceram projetos para registrar histórias e apresentar *online* as versões editadas. Entre eles estão o Interview Project, The Kitchen Sisters e The Moth (INTERVIEW PROJECT, 2014; BRYAN, 2010; THE KITCHEN SISTERS, 2014; THE MOTH, 2014). Desde o começo da década de 1970, os festivais de contação de histórias reúnem contadores de contos de fadas e de outras histórias tradicionais. A celebração global das histórias e da contação de histórias produziu o Dia Mundial de Contação de Histórias, que é comemorado com festivais e eventos no mundo todo. Em muitos desses encontros e nas diversas práticas discutidas, a contação de histórias autobiográficas está misturada, interligada e integrada a outros gêneros. Novamente, o ponto aqui não é que eu queira

---

<sup>10</sup> O termo *advocacy* remete a um conjunto de ações voltadas para a defesa de causas que sejam de interesse coletivo, de modo que venham a obter apoio social bem como tradução em leis e/ou políticas públicas. (Nota da organizadora)

submeter todas as diferentes práticas ao rótulo da “contação de estórias”. O ponto que quero defender é o oposto: que um número crescente de praticantes – incluindo os pesquisadores de história oral – chamam seu trabalho de contação de estórias e o fazem muitas vezes sem refletir o suficiente a respeito das implicações mais amplas dessa mudança de terminologia. Ainda que os contadores tradicionais, incluindo os pesquisadores de história oral, existam há muito mais tempo, a popularização e o impacto dos projetos de contação de estórias com base na Internet, além de outros jogos, aplicativos e produtos comerciais mais recentes, são muito maiores.

Na academia, a contação de estórias parece ter surgido inicialmente na educação, como ferramenta pedagógica. Uma busca no WorldCat por livros, artigos e outros meios com o título “contação de estórias” chegou a quase 16.000 resultados (quase todos não ficção e literatura não juvenil). Pairando abaixo dos 10 resultados por ano até 1959, as publicações aumentaram gradativamente no final da década de 1960, alcançando cem resultados em 1979, crescendo mais rápido depois de meados da década de 1980 e novamente depois de 1990 (245 títulos), depois de 2000 (524 títulos) e depois de 2010 (1.056 títulos). As maiores categorias foram “linguagem, linguística e literatura” (1.012 títulos), “educação” (873) e “antropologia” (373). Houve mais publicações sobre contação de estórias em “negócios e economia” (218) do que no tópico tradicionalmente narrativo “história e ciências auxiliares” (188). Muito do interesse acadêmico na contação de estórias pode ser explicado pela virada linguística da década de 1960 e pela subsequente virada narrativa da década de 1980. Existem hoje subcampos narrativos em quase todas as disciplinas das humanidades e das ciências sociais (HERMAN, 2007). Em história, para além da história oral, houve um retorno à narrativa. A filosofia descobriu a narrativa como um campo de pesquisa. Depois da psicologia cognitiva, a psicologia clínica concentrou sua atenção na terapia narrativa (BRUNER, 1990; BRUNER, 1996; BRUNER, 2002; POLKINGHORNE, 1988). Antropologia,

etnografia, estudos folclóricos, literatura e linguística têm, é claro, um interesse antigo na contação de estórias. A contação de estórias é também um dos focos principais de disciplinas recém-surgidas, como os estudos culturais, os estudos de cinema e mídia e as humanidades digitais<sup>11</sup>.

De modo geral, existe hoje um imenso mercado, tanto *online* quanto *offline*, nos setores com e sem fins lucrativos e acadêmico, para a produção, a difusão e o consumo de estórias e de contação de estórias, que é peculiar e diferente da história prévia da contação de estórias. Uma das grandes defensoras da contação de estórias, Barbara Ganley, escreveu, em 2012: “Realmente, estamos imersos nessas estórias”. Há uma inundação de estórias de todos os naipes, produzidas e divulgadas por museus, bibliotecas, rádio, televisão, fóruns na Internet “e centros de história oral em todo o planeta” (GANLEY, 2013, p. X). A diferença com relação aos períodos precedentes consiste no fato de que agora todos querem “praticar” a contação de estórias, e ela adquiriu uma aura quase mágica, parecendo capaz de oferecer soluções efetivas e poderosas para todos os tipos de problema individual, social e econômico. Ganley explicita o poder de transformar o mundo que tem a contação de estórias:

Escolas de medicina, administração e direito estão prestando atenção no poder que as estórias têm de curar e de desenvolver líderes corporativos éticos e eficientes. O jornalismo cidadão, como se viu na Primavera Árabe e no movimento Occupy, tem ancorado cada grande momento no mural da experiência individual. Estamos contando a estória como ela é. Como a experimentamos. Estamos formando comunidades em torno das nossas estórias. (GANLEY, 2013, p. X)

---

<sup>11</sup> Humanidades digitais: referência à área de estudos que, no meio acadêmico (em especial em países de língua inglesa), dedica-se tanto a pensar o digital com o aparato teórico-metodológico das ciências humanas como a desenvolver pesquisas próprias do âmbito das ciências humanas em imbricação com as ferramentas teóricas e metodológicas do mundo digital. (Nota da organizadora)

São reivindicações grandiosas e ambiciosas que estimulam os pesquisadores de história oral, reafirmando a sua crença de que, com a contação de estórias, estão no caminho certo. Por mais que essa estória da contação de estórias seja motivadora, os pesquisadores de história oral deveriam se manter em alerta – ou, pelo menos, céticos.

No começo do século XXI, a contação privada e a disponibilização pública de estórias autobiográficas (e muitas vezes confessionais) está sendo gerada, motivada, incorporada, produzida e consumida num contexto socioeconômico e cultural mais amplo. Existe hoje um movimento multinacional, social e cultural levado a cabo por um amplo leque de indivíduos, além de organizações acadêmicas, sem fins lucrativos e não governamentais, que acreditam na (ou pelo menos proclamam a) contação de estórias como um meio poderoso de mudar os indivíduos e a sociedade. A contação de estórias também é uma indústria internacional de muitos bilhões de dólares, que inclui agências governamentais e não governamentais, a economia privada e todos os níveis da educação; está profundamente entrelaçada com uma economia digital de vários bilhões de dólares que visa lucrar com a venda de produtos que aparentemente possibilitam e aprimoram a habilidade que as pessoas têm de produzir, difundir, preservar e consumir estórias. De fato, a contação de estórias é um novo credo de massa que se apresenta como panaceia para todos os males do mundo e da vida das pessoas.

Antes de continuar tentando descobrir onde o nosso pequeno bando de pesquisadores de história oral se encaixa nesse fenômeno biliardário, multinacional e transcultural, vamos examinar uma organização que tem capturado a atenção dos pesquisadores de história oral por afirmar que está criando nada menos do que “Uma História Oral da América” (NATIONAL PUBLIC RADIO, 2003): o StoryCorps.

## Contando a estória da América: StoryCorps e a “História Oral da América”

Quando se fala de contação de estórias, humanidades digitais e história oral, o StoryCorps é a própria estória do início do século XXI. Tal como é descrito no começo de muitos dos segmentos de três minutos regularmente veiculados pela National Public Radio (NPR), StoryCorps é “o projeto que registra conversas entre pessoas que se amam”<sup>12</sup>. Em seu *website*, a NPR declara que o objetivo do projeto é “compartilhar e preservar as estórias das nossas vidas” (NATIONAL PUBLIC RADIO, 2014a). O StoryCorps afirma que “é um dos maiores projetos de história oral da sua categoria, e milhões de pessoas ouvem as transmissões semanais na Edição da Manhã da NPR e na nossa página” (STORYCORPS, 2014a). O projeto quer dar a todos os americanos “a oportunidade de registrar, compartilhar e preservar as estórias das nossas vidas” (STORYCORPS, 2014b). Onde quer que o projeto estabeleça seu estúdio, as pessoas podem gravar uma sessão de quarenta minutos; elas são encorajadas a doar US\$25 e recebem um CD com a cópia da sua conversa. Desde 2003, o StoryCorps reuniu 50.000 entrevistas com 100.000 participantes. As gravações são arquivadas no American Folklife Center, na Biblioteca do Congresso. A missão e o escopo do projeto são grandiosos: “Fazemos isso para nos lembrarmos da nossa humanidade compartilhada, para fortalecer e construir conexões entre as pessoas, ensinar o valor da escuta e incorporar no tecido da nossa cultura um arquivo inestimável de vozes americanas e de sabedoria para as gerações futuras”. Mais: “Nos próximos anos, vamos transformar o StoryCorps numa instituição permanente que irá tocar as vidas de todas as famílias americanas” (STORYCORPS, 2014a).

---

<sup>12</sup> Para um exemplo, ver/ouvir, na National Public Radio: *The Lives of Blind Brothers Changed When ‘Dad’ Came Knocking*, February 21, 2014. (NATIONAL PUBLIC RADIO, 2014b).

O StoryCorps encontrou amplo e disseminado apoio e entusiasmo nos EUA e em outros países do Ocidente. A organização recebeu o Peabody Award e os três livros de estórias reunidos pelo fundador do StoryCorps, David Isay, são *best-sellers*<sup>13</sup>. Projetos similares, ainda que de menor visibilidade, têm surgido nos EUA nas últimas décadas. O Center for Digital Storytelling, sediado em Berkeley, afirma em seu *website*: “Através de seu trabalho abrangente, o Center for Digital Storytelling transformou a maneira como ativistas comunitários, educadores, agências de serviços humanitários e de saúde, profissionais e artistas pensam o poder da voz individual na construção da mudança” (CENTER FOR DIGITAL STORYTELLING, 2014b). A Community Expressions Ltda., fundada em 2008, depois que seus diretores frequentaram oficinas com Joe Lambert, oferece “oficinas e consultas sobre contação de estórias, diálogo, facilitação, mapeamento da comunidade e mídia social comunitária”, com o objetivo de “ajudar comunidades de todos os tipos a alcançar um futuro saudável e sustentável” (COMMUNITY EXPRESSIONS, 2014).

Projetos inspirados no StoryCorps foram estabelecidos em outros países. No Reino Unido, a BBC iniciou recentemente o Listening Project, que arquiva todas as gravações da coleção de história oral da British Library. Seu objetivo: “Capturar a nação em diálogo para construir uma imagem única das nossas vidas hoje e preservá-la para as futuras gerações” (BBC, 2014). Na Austrália, The Story Project, “uma organização cultural independente sem fins lucrativos” inspirada no StoryCorps, “reúne as pessoas para gravar e compartilhar as suas estórias de vida”. Trechos dessas estórias são divulgados por estações locais de rádio e *online* (THE STORY PROJECT, 2014). No Canadá, The Tale of a Town descreve-se como “uma iniciativa nacional de história oral e teatro que visa capturar a memória comunitária coletiva das ruas do nosso país, uma estória de cada vez” (THE TALE OF A TOWN, 2014).

---

<sup>13</sup> Isay também ganhou o Prêmio TED 2015 (COHEN, 2014).



Para quase todos os apoiadores desses projetos de contação de histórias, no cerne de tudo está a convicção de que contar e escutar histórias é positivo, medicinal e empoderador, e pode levar a transformações pessoais e até à mudança social. Nas palavras de Isay: “Escutar é um ato de amor... Se gastássemos menos tempo ouvindo o barulho das rádios fomentadoras de divisões e dos *talk shows* e mais tempo escutando uns aos outros, seríamos uma nação melhor, mais previdente e solidária” (ISAY, 2007, p. 269)<sup>14</sup>. O australiano The Story Project afirma: “Acreditamos que o simples ato de compartilhar histórias ajuda a unir as pessoas” (THE STORY PROJECT, 2014). O Center for Digital Storytelling vê a contação de histórias como “uma ferramenta para a mudança” e por isso tem como missão “promover a valorização da história como um caminho para a ação comunitária solidária” (CENTER FOR DIGITAL STORYTELLING, 2014a). O Community Expressions se “dedica a ajudar as comunidades rurais, as organizações sem fins lucrativos e os indivíduos a entrelaçar o velho e o novo, o lento e o rápido, para criar mundos melhores” (COMMUNITY EXPRESSIONS, 2014). Nas palavras (não humorísticas) do humorista político Stephen Colbert, na cerimônia do décimo aniversário do StoryCorps, em Nova York, em 30 de outubro de 2003: “Existe na realidade apenas um enredo: a necessidade de dar e receber amor. E esse é o verdadeiro tema de todas as histórias humanas” (STORYCORPS, 2013).

Tais sentimentos são familiares para os historiadores sociais que têm utilizado a história oral para escrever uma história mais inclusiva e para os praticantes que veem na história oral uma ferramenta poderosa para o ativismo. Coletando as narrativas de vítimas e criminosos, de oprimidos e opressores, eles submeteram suas evidências ao escrutínio histórico ao invés de confiar simplesmente no poder da história. Assim, as práticas da contação de histórias e da história oral diferem bastante, da mesma forma

---

<sup>14</sup> Ver também FILENE (2011, p. 181).

que os seus resultados e seus modos de publicização. Como ficará claro mais tarde, a história social e o StoryCorps estão em polos opostos da política da história. Enquanto os historiadores sociais enfatizam a diversidade e as diferenças e questionam as causas econômicas, sociais e culturais e os efeitos das hierarquias e da opressão, o StoryCorps está inequivocamente no campo da história consensual que é construída sobre os temas da excepcionalidade americana, da ideia de “uma nação, um povo” e de “uma nostalgia por um passado menos complexo em que éramos um só”. Como demonstrou Roger D. Launius, curador sênior do National Air and Space Museum do Smithsonian, essa história consensual é particularmente popular entre os partidários da direita política e social (LAUNIUS, 2013, p. 31 e 33)<sup>15</sup>.

Antes de prosseguir examinando a resposta dos pesquisadores de história oral ao StoryCorps e ao fenômeno mais abrangente da contação de histórias, gostaria de descrever brevemente uma história típica do StoryCorps e a resposta *online* típica por parte do público ouvinte<sup>16</sup>. A história “A vida dos irmãos cegos mudou quando ‘papai’ bateu na porta” foi ao ar na NPR na manhã do dia 21 de fevereiro de 2014 e foi divulgada no perfil da rádio no Facebook (NATIONAL PUBLIC RADIO, 2014b)<sup>17</sup>. Em pouco menos de três minutos, Ollie Cantos e os trigêmeos de catorze anos de Arlington, Virgínia, contam a história de como conseguiram superar grandes adversidades. Os três garotos nasceram cegos e lutaram, na infância e na

---

<sup>15</sup> Sobre as políticas antidemocráticas, antipartidárias, pró-consenso dos neoliberais, ver AMABLE (2011, p. 18-21).

<sup>16</sup> Uma ressalva: as conversas de 40 minutos são arquivadas e não estão acessíveis ainda. O principal meio pelo qual o público americano ouve as histórias do StoryCorps é a National Public Radio. O StoryCorps e a NPR têm editores profissionais que elaboram uma história de três minutos a partir do “melhor” das entrevistas gravadas em áudio.

<sup>17</sup> No *site* do StoryCorps, a história recebeu o seguinte título: “I didn’t know that there were other blind people except me and my brothers” (STORYCORPS, 2014c).

adolescência, contra a discriminação sistemática e a pobreza. De acordo com o narrador da NPR, “a sua mãe, solteira, encontrou muitas dificuldades para cuidar deles”. Leo, um dos irmãos, lembra: “Todo dia era, então, acordar, ir pra escola, voltar pra casa, e aí você fica lá pelo resto do dia”. A mãe deles não deixava que saíssem para brincar. O ponto alto da infância dos irmãos foi uma visita ao McDonald’s, quando eles tinham sete anos. Nick, outro irmão, diz que, em certo momento, as coisas eram tão ruins que ele queria cometer suicídio. “Tudo mudou quando eles estavam com dez anos”, explica o locutor da NPR/StoryCorps, quando um homem mais velho da comunidade, Ollie, “ouviu falar da situação da família e bateu na porta”. Ele também tinha nascido cego e lutado contra as dificuldades. Lentamente, Ollie ganhou a confiança dos irmãos. Hoje, eles o chamam de pai. De acordo com o StoryCorps, “Ele está agora a ponto de adotar formalmente os irmãos”<sup>18</sup>. Quando Ollie narra como foi ser chamado de pai pela primeira vez, sua voz treme de emoção.

Os ouvintes e leitores podiam deixar comentários no *website* no perfil da NPR no Facebook. Em poucas horas, havia 29 comentários no *site* e 276 no Facebook, além de 6.500 curtidas no Facebook. Depois de três dias, havia 56 comentários no *site* da NPR e 1.675 comentários e mais de 14.000 curtidas no Facebook. Quase todos os comentários eram solidários e positivos, descrevendo a estória como “ótima”, “de aquecer o coração”, “bela”, “incrível”, “emocionante” e “inspiradora”. Muitos mencionaram que tinham ficado com os olhos marejados ou que se sentiam comovidos até as lágrimas. Essa resposta unânime parecia sugerir que a estória era um exemplo do que se poderia chamar o “espírito americano” ou “a humanidade no que ela tem de melhor”. A resposta do público a essa e muitas outras estórias do StoryCorps/NPR faz lembrar, na verdade, as respostas que Michael Frisch identificou nas resenhas de *Hard Times*, livro de Studs Terkel, em 1970

---

<sup>18</sup> A transcrição da estória está em NATIONAL PUBLIC RADIO (2014c).

(FRISCH, 1972; repr. em FRISCH, 1979).

De certa forma, essa uniformidade das respostas não surpreende. Analisei dúzias de estórias do StoryCorps/NPR e centenas de comentários deixados por ouvintes nos *websites* das duas organizações. A maioria das estórias se concentra na superação das adversidades, que assumem diversas formas: um câncer, a perda de uma pessoa querida, uma lesão desfigurante, uma doença mental, a pobreza, a situação de rua, as deficiências físicas ou mentais, as dificuldades de aprendizagem, a síndrome do *stress* pós-traumático, o abuso sexual, a violência doméstica, o *bullying*, o preconceito, o racismo, o adoecimento ou morte de uma criança, a separação dos pais, um naufrágio, ou mesmo a homossexualidade ou a identidade transgênero. Um bom número dessas dificuldades é resultado das guerras americanas no Iraque e no Afeganistão, nos últimos treze anos, quase todas concentradas em membros das Forças Armadas americanas que foram feridos, ficaram aleijados ou mentalmente prejudicados. Também existem estórias de inspiração e agradecimento: um neurocirurgião que agradece ao professor de ciências do ginásio, um homem de vinte anos que agradece à sua peculiar avó, um morador de rua que agradece a uma imigrante sem documentos por alimentá-lo, dois irmãos agradecidos pelo nascimento de um bebê que transformou a família. Às vezes, aparece uma estória de testemunho histórico: a viúva e a enteada de Spalding Gray, que relembram o dia em que ele desapareceu<sup>19</sup>; as enfermeiras que cuidaram de Jackie Kennedy no dia em que seu marido foi assassinado; um criador de cavalos que narra seus dias como dublê de Hollywood em numerosos faroestes;

---

<sup>19</sup> Spalding Gray: Ator estadunidense famoso pelos monólogos autobiográficos que escreveu e encenou no teatro nos anos 1980 e 1990. Em 2001, sofreu um acidente de automóvel que deixou sequelas graves, incluindo episódios de depressão. Desapareceu de sua casa em Nova York em 11 de janeiro de 2004; em 7 de março, seu corpo foi encontrado no East River. As difíceis condições de vida após o acidente, além de outros eventos biográficos, tornam forte a hipótese de suicídio. (Nota da tradutora)

ou um jovem que lembra a sua participação na marcha de 1963 em Washington<sup>20</sup>.

Na maioria das vezes, os excertos da NPR/StoryCorps contam histórias de sobrevivência, quase sempre com a ajuda de outra pessoa. Um garoto em situação de rua é acolhido por seu professor; o filho de uma mulher é salvo pela sua melhor amiga; uma família cuida do filho que voltou da guerra no Iraque com danos cerebrais; um pai ajuda seu filho a passar por “um período difícil”; uma mãe solteira protege seu filho da realidade da pobreza; uma mãe ajuda sua filha a vencer a dislexia. Estão ausentes dessas histórias: as instituições estatais, sociais e culturais; o sistema econômico; a religião e qualquer crítica social, econômica ou cultural. Isso, em certa medida, se deve à estética do StoryCorps, que tende a podar as histórias, eliminando as complexidades mais espinhosas, e que, mantendo todos os aspectos potencialmente controversos à distância, permite que “nós, ouvintes, nos projetemos na história: poderia ser eu; pessoas são pessoas” (FILENE, 2011, p. 188). E, o que é mais importante, é também, como procuro demonstrar a seguir, resultado de recentes correntes sociais e culturais subterrâneas que prendem todas as histórias confessionais, autobiográficas e contadas publicamente na camisa de força interpretativa da crença neoliberal de que as pessoas têm seu destino em suas próprias mãos.

É isso, então, que o StoryCorps e projetos similares fazem: produção em massa, difusão e consumo de histórias de amor, generosidade, superação de adversidades e sobrevivência. São muitas vezes comoventes e quase sempre parecem ser apolíticas. Baseiam-se na suposição explícita de que contar e escutar histórias cura os indivíduos e a sociedade. Baseiam-se na suposição implícita

---

<sup>20</sup> Um dos revisores anônimos deste artigo [quando publicado na *Oral History Review*] sugeriu que, conforme os ouvintes foram se familiarizando com o gênero das histórias do NPR/StoryCorps, podem ter feito adaptações no seu estilo de contação; dessa forma, as conversas teriam ficado ainda mais homogêneas. Esse é um excelente ponto, cuja comprovação aguarda uma pesquisa mais detalhada nas histórias arquivadas.

de que as adversidades podem afetar todos os americanos igualmente, de que as dificuldades são uma questão de destino e são, portanto, imprevisíveis, e de que a sobrevivência depende do indivíduo (e talvez de um ou dois ajudantes). A ideologia por trás dessas histórias é a noção neoliberal de um hiperindividualismo que não vê nenhum papel a ser desempenhado pelo Estado ou pela solidariedade nas vidas dos indivíduos americanos. Se falharmos, não podemos culpar a ninguém senão a nós mesmos. Tais histórias excluem e rejeitam qualquer análise política da desigualdade e da injustiça. Tomadas em conjunto, essas histórias de sobreviventes silenciam a crítica cidadã. Esse efeito da contação de histórias não resulta apenas de uma estética do StoryCorps ou da NPR. De um ponto de vista mais abrangente, é o efeito de como a contação de histórias acontece no Ocidente moderno. A menos que investiguemos criticamente a política subjacente à contação de histórias e seus efeitos na sociedade e na democracia, seremos varridos por suas correntes ideológicas subterrâneas. Podemos investigar mais efetivamente esse fenômeno contextualizando-o historicamente e fundamentando a investigação sobre a nossa compreensão a respeito da narrativa e das construções dialógicas da história e da memória nas entrevistas.

Como já disse em outro lugar, o ponto dessa investigação não é descobrir se o StoryCorps e outros projetos similares produzem história oral de boa ou de má qualidade, ou mesmo narrativas históricas de qualquer tipo. Não pretendo desacreditar o StoryCorps ou qualquer outro projeto bem-intencionado. Ao contrário, o ponto é convocar os pesquisadores de história oral para que usem suas ferramentas e habilidades para examinar criticamente e situar historicamente o StoryCorps, a contação de histórias digital e outras formas do que se pode chamar de produção e consumo “*fast food*” de histórias (FREUND, 2009, p. 3, 6).

## Queremos mesmo nos sentar de novo em torno da fogueira? A confusão dos pesquisadores de história oral a respeito do StoryCorps

Os pesquisadores de história oral, pelo menos na América do Norte, parecem ter respondido positivamente ao StoryCorps e à onda mais abrangente da contação de estórias. O StoryCorps foi discutido pela primeira vez na *Oral History Review* em 2005, numa resenha de Elisabeth Pozzi-Thanner, que chamava a atenção para a ambição do projeto: “Um *release* para a imprensa espera até 250.000 entrevistas gravadas nos próximos dez anos” (POZZI-THANNER, 2005, p. 103). Um ano depois, Peter Lamothe e Andrew Horowitz escreveram uma resenha sobre o StoryCorps para a seção de resenhas de exposições no *Journal of American History* (LAMOTHE; HOROWITZ, 2006, p. 171). Ainda que questionassem alguns aspectos do projeto, ambas as resenhas eram favoráveis. Ao mesmo tempo, grandes antologias incluíram o StoryCorps e projetos similares como exemplos de produções sonoras hospedadas na *Webe* como modelos para a história pública (HARDY III; DEAN, 2006, p. 553-554; FILENE, 2011). A resposta positiva dos pesquisadores de história oral ao StoryCorps também ficou evidente em 2008, quando a Oral History Association escalou Isay para a palestra de abertura do seu encontro anual. O título da fala era *Escutar é um ato de amor*, que é também o título de seu livro de 2007, cujo subtítulo é *Uma celebração da vida americana pelo Projeto StoryCorps*. No ano seguinte, quatro pesquisadoras de história oral escreveram uma extensa resenha sobre esse livro e sobre o projeto como um todo. Novamente, ainda que questionassem aspectos do projeto, as autoras eram fundamentalmente favoráveis a ele (ABELMANN et al., 2009, p. 255-260).

Apesar de terem aceitado o StoryCorps e empreendimentos similares, os pesquisadores de história oral também formularam perguntas e preocupações, questionando principalmente se o

StoryCorps realmente faz história oral e se é viável como arquivo histórico (POZZI-THANNER, 2005, p. 104; LAMOTHE; HOROWITZ, 2006, p. 173-174). Nancy Abelmann, Susan Davis, Cara Finnegan e Peggy Miller sugeriram cautelosamente que a alegação de que o StoryCorps fazia história oral podia estar indo um pouco longe demais; pelo menos as suas “técnicas”, escreveram elas, “diferem das práticas correntes da história oral” (ABELMANN et al., 2009, p. 256). As autoras sustentaram que as estórias eram elaboradas como “momentos pungentes”, que se ajustavam aos “gostos do projeto e à sua ligação com programas da NPR, como o ‘All Things Considered’” (ABELMANN et al., 2009, p. 257). As autoras também questionaram a alegação de que o StoryCorps seguia a tradição do Federal Writers Project (FWP), da década de 1930. Mencionaram que o StoryCorps produzia “fragmentos de emoção a partir de vidas aparentemente individualizadas” e não, como o FWP, documentação histórica sobre grupos sociais específicos (ABELMANN et al., 2009, p. 257). De fato, concluíram, as narrativas produzidas pelo StoryCorps não são história oral, mas um processo pelo qual as pessoas usam uma fórmula específica para produzir “uma jóia permanente” de autodocumentação, no contexto mais amplo de uma “cultura de autodocumentação” (ABELMANN et al., 2009, p. 260). Muitas das preocupações dos críticos também foram explicitadas nas discussões que se seguiram à palestra de abertura de Isay no encontro de pesquisadores de história oral em 2008, alguns dos quais “viam na força emocional do programa do StoryCorps evidência de uma sensibilidade altamente problemática, manipulativa e até mesmo voyeurística, ainda mais distante dos padrões da história oral” (FRISCH, 2011, p. 134-135).

Todas essas críticas foram úteis para estabelecer que o StoryCorps na realidade não fazia história oral. Mas o elefante branco continuava no recinto: Por que o StoryCorps era tão mais bem sucedido – em escopo, financiamento e popularidade – do que qualquer projeto de história oral? Um esboço de resposta pode ser encontrado na calorosa aceitação com que os pesquisadores



de história oral – a despeito de todas as reservas – receberam o StoryCorps e o fenômeno mais amplo da contação de estórias. Ainda que tenham registrado a grande diversidade na contação de estórias e até mesmo explicitado as diferenças fundamentais entre a contação de estórias *à la* StoryCorps/NPR e as estórias produzidas em seus próprios projetos, os pesquisadores de história oral se mostraram ansiosos para embarcar no bonde da contação de estórias, sugerindo que não seria problemático chamar todos os tipos de prática, incluindo a história oral, de contação de estórias, e dessa forma apagar, pelo menos na superfície, todas as diferenças em termos de epistemologia, método, ética e política. Esse deslocamento fica evidente nos títulos que aparecem nos programas dos encontros anuais da Oral History Association, onde, nos últimos anos, “estória” e “contação de estórias” substituíram “voz”, “memória” e “história oral” na lista das principais palavras-chave.

Os pesquisadores de história oral aceitaram a contação de estórias e o fizeram com grande emoção. Essa emoção foi alimentada por suposições nostálgicas a respeito de um passado melhor e por uma romantização da contação de estórias como uma panaceia para os problemas do nosso mundo. Pozzi-Thanner aderiu ao objetivo mais amplo do projeto, que é nos ajudar a escutar uns aos outros: “Em nosso tempo eletrônico, com que frequência as pessoas se sentam juntas e escutam as estórias umas das outras?” O StoryCorps, argumentou ela, “pode encorajar as pessoas a formular questões mais profundas a respeito umas das outras, a escutar com mais cuidado, ainda que apenas durante aquela hora” (POZZI-THANNER, 2005, p. 104). Abelmann et al. (2009, p. 258) concordam:

As estórias também falam da necessidade de diminuir a velocidade e prestar atenção. Concordamos com Isay [quando diz] que as nossas aceleradas vidas são dirigidas pela hipermediação e pela hiper mobilidade e que raramente reservamos tempo para honrar as estórias daqueles que amamos: para ir mais devagar, conversar e, o mais importante, escutar.

A premissa desse argumento é a de que houve um tempo em

que nós nos sentávamos para escutar uns aos outros e hoje já não o fazemos.

Essa nostalgia é o mantra de grande parte do circuito da contação de estórias. Para Lambert, trata-se de “encontrar o caminho de volta até o entorno da fogueira. Por intermédio da contação de estórias digital, todos nós podemos nos tornar contadores de estórias *mais uma vez*” (LAMBERT, 2013, p. 5 – grifos meus). Abelmann et al. (2009, p. 258) veem nisso a “comunicação perfeita”:

Enquanto a vida cotidiana oferece apenas fragmentação, divisão e distração, o StoryCorps cria um universo paralelo que é justamente o oposto: um espaço íntimo e ainda assim semipúblico no qual podemos compartilhar a nós mesmos. No mundo do StoryCorps, o sonho impossível de uma comunicação perfeita pode afinal não ser tão impossível: tudo que precisamos é de um parceiro, um espaço silencioso, suavemente iluminado, um microfone e quarenta minutos. (LAMOTHE; HOROWITZ, 2006, p. 172-173)

Essa premissa – a de que o StoryCorps e outras propostas de contação de estórias nos oferecem uma trilha há muito perdida para um mundo melhor – é mito e faz-de-conta, não história ou política. Implícita nessa premissa está a suposição de que, se encontrarmos nosso caminho de volta até o entorno da fogueira, se pararmos para escutar mais profundamente as estórias uns dos outros, se alcançarmos o “sonho da comunicação perfeita”, então tudo será melhor – vidas individuais e sociedade como um todo. E podemos alcançar tudo isso em quarenta minutos numa sala de estar de mentira com um microfone. Como defendo a seguir, esse mito é operado pelo hiperindividualismo neoliberal e por seus discursos sociais concomitantes: sobrevivência, terapia e trauma.

Os comentários deixados pelos ouvintes da NPR mostram que essa crença na virtude do compartilhar estórias deitou raízes profundas na cultura e na sociedade americanas. Os pesquisadores de história oral, em suas resenhas a respeito do StoryCorps, são afetados de maneira semelhante. Lamothe e Horowitz (2006, p. 172-173) descreveram a experiência da entrevista que fizeram um com o outro na cabine de gravação do StoryCorps. Foram

[...] recebidos por dois membros muito animados da equipe. O pequeno espaço, desenhado para se parecer com uma confortável sala de estar, nos deixou à vontade apesar do imponente equipamento de gravação. Ouvimos algumas instruções simples, assinamos um formulário de autorização... e então um de nós (Andrew Horowitz) começou a entrevistar o outro (Peter Lamothe). Ficamos surpresos com a rapidez com que os quarenta minutos reservados transcorreram.

Eles ficaram “tremendamente impressionados” com a experiência:

Como entrevistado, Peter falou de experiências pessoais que não revisitava há anos. A intimidade do ambiente fez com que ele desejasse ser sincero, e opiniões, tendências e algumas emoções pessoais fortes vieram à tona rapidamente. Ao final, Peter levou consigo a sensação de que para ele o benefício mais significativo do StoryCorps era emocional: a chance de refletir sobre o passado acordou nele de uma só vez a consciência e a alma, a mente e o coração. Da sua parte, Andrew se sentiu privilegiado pela oportunidade de conhecer Peter de uma maneira muito mais pessoal do que o relacionamento deles jamais teria permitido. Se chegamos lá como colegas, saímos como amigos.

Os fãs da contação de estórias aceitariam sem quaisquer reservas essas respostas e sentimentos. Os autores descrevem o efeito quase terapêutico e profundamente transformador da contação de estórias. Ambos sabiam que estavam produzindo uma gravação que poderia ser disponibilizada para uma audiência de milhões de pessoas. Os pesquisadores de história oral sabem que se trata de uma experiência pouco usual, não um evento cotidiano. A maior parte dos nossos momentos são muito mais privativos; nossas conversas em torno da mesa da cozinha ou do refrigerador podem ser escutadas por não mais do que meia dúzia de pessoas. Ainda assim, foi na mais pública das circunstâncias que os dois homens sentiram tal nível de intimidade e privacidade que puderam “ser sinceros” e compartilhar estórias e emoções, presumivelmente não compartilháveis na privacidade de seus escritórios, num jantar, numa viagem de automóvel ou durante um jogo de golfe. Os efeitos que

Horowitz e Lamothe descrevem nos fazem lembrar da catarse ocasionada pela confissão ou pela psicanálise. A diferença, no entanto, é que a confissão de Lamothe poderia potencialmente ser veiculada para o mundo de forma instantânea e ambos os pesquisadores estavam plenamente conscientes disso, tendo cedido seus direitos ao StoryCorps e à NPR. E ainda assim, a única coisa que acharam “intimidante” foi o equipamento de gravação, não o fato de que seu “eu interior” seria divulgado para o mundo. Foi uma experiência de confiança ou de autoengano? Como chegamos a esse lugar – nem sempre estivemos aqui e essa situação tem se prolongado por um bom tempo –, onde achamos completamente normal e até mesmo medicinal compartilhar com o público os aspectos mais íntimos das nossas vidas? Quais as implicações disso para a história oral?

Abelmann *et al.* (2009, p. 255) viram o StoryCorps de forma mais crítica, mas também mostraram um apoio carregado de emoção ao projeto. Compartilharam um “fascínio pelo StoryCorps”:

Nossas discussões foram inspiradas pelos momentos emocionalmente eletrizantes do programa radiofônico semanal, pela dedicação dos facilitadores do Corps, que reconhecíamos, pela participação ativa do público nas cabines itinerantes de gravação e pelo anúncio de que as entrevistas do StoryCorps seriam arquivadas na Biblioteca do Congresso.

Ainda que não vissem o StoryCorps como história oral, queriam “pensar no lugar que essa atividade ocupa na genealogia da história oral” (ABELMANN *et al.*, 2009, p. 255). As autoras compararam as estórias do StoryCorps com “instantâneos num álbum de recortes” ou “breves tributos públicos ao poder da estória”. Também viam essas estórias como “parte de um legado americano de celebração do ‘comum’”, sem especificar o que seria essa tradição. Descreveram as estórias como “ternas celebrações da intimidade, comunicadas de forma paradoxal através da grande rede midiática do StoryCorps”. Não elaboraram esse paradoxo, ainda que ele pareça estar no centro de uma explicação para o fenômeno da contação de estórias. Ao invés disso, concentraram-se na

emotividade das estórias e o fizeram de forma pessoal e solidária.

Realmente, a emoção guia boa parte da resposta do público e dos pesquisadores de história oral ao StoryCorps e ao fenômeno da contação de estórias. “O que torna o StoryCorps tão influente?”, pergunta o historiador público americano Benjamin Filene. “Por que milhões de pessoas percorrem soluçando o trajeto de casa até o trabalho e voltam [a sintonizar] para ouvir mais?” (FILENE, 2011, p. 175). São importantes questões que Filene responde apenas com outra pergunta: “O projeto ilustra o alcance [da atitude] de deixar que as pessoas contem suas próprias estórias?” Mas é claro, como aponta o próprio Filene (2011), que essas não são suas próprias estórias. A maioria das pessoas não é capaz de contar suas estórias em três minutos e levar milhões de pessoas às lágrimas. Como Abelmann et al. (2009) e Filene (2011) mostram, as lágrimas de sexta de manhã são produto de uma edição profissional, não de algum misterioso poder inerente à contação de estórias. O StoryCorps e a NPR escolhem cuidadosamente trechos do material bruto e elaboram estórias selecionando, reorganizando e produzindo um arco narrativo cujo propósito é fazer com que os ouvintes chorem. Assim como as estórias, o efeito provocado é homogêneo. Abelmann et al. (2009, p. 259) escrevem:

O que unifica as entrevistas do StoryCorps como celebrações, rituais ou instantâneos é a maneira semelhante, quase uniforme, com que elas evocam as emoções do ouvinte/leitor. O ouvinte, como proclama o título, vai amar escutar e, acrescentaríamos, vai se emocionar (até as lágrimas). O leitor pode experimentar a mesma fisgada emocional... Essas são, parece, as conversas que gostaríamos de ter (ou que gostaríamos de ter tido) com uma pessoa amada que está morrendo.

Emocionar-se até as lágrimas é a reação mais frequente a essas estórias nas respostas *online* do público ouvinte. E os acadêmicos não têm vergonha de começar seus artigos admitindo: “Posso contar com as manhãs de sexta para chorar bastante” (FILENE, 2011, p. 174). Chorar parece ser parte integrante do fenômeno da contação de estórias. O apresentador da Edição da Manhã da NPR, Steve

Inskip, se deleita com o fato de que chorava regularmente ouvindo as vinhetas do StoryCorps (NATIONAL PUBLIC RADIO, 2013a; 2013b).

Será que os pesquisadores de história oral “compraram” a emotividade da contação de histórias, mesmo sabendo que as histórias da NPR, como os dramas hollywoodianos, são editados com o propósito de nos fazer chorar? Será que eles compraram a ideia de que a contação de histórias sempre compartilha e empodera, mesmo sabendo que os participantes do StoryCorps não têm controle algum sobre o trabalho de edição? Eles concordam que a experiência seja reduzida à emoção, especialmente quando o leque de emoções permitido no StoryCorps é estreito e parece excluir emoções desconfortáveis para o público consumidor, como a revolta contra injustiças políticas e desigualdades econômicas ou o ódio nascido do nacionalismo ou da pobreza? É difícil resistir à “figada emocional” da contação de histórias enquanto cura e empoderamento. Muitos daqueles que escrevem sobre o StoryCorps parecem concordar com Filene (2011), quando ele argumenta que “o projeto mostra que a emoção transmite significado de forma poderosa e é significativa em si mesma”. Se a história oral nos ensinou alguma coisa, no entanto, foi que a emoção é enganadora, ilusória, nunca autoexplicativa. Não sabemos porque as pessoas choram quando contam uma história, mas podemos ter certeza de que elas o fazem por outras razões que não as nossas quando choramos com elas. Além disso, ainda que o movimento de contação de histórias reduza as emoções ao amor e às lágrimas (normalmente por causa de um final feliz), nossos entrevistados nos falam também de outras emoções, incluindo raiva, ódio, revolta e medo<sup>21</sup>. Finalmente, a emoção particular nos engana e nos faz

---

<sup>21</sup> Ainda que outras emoções estejam ausentes das histórias editadas, seria interessante ver com que frequência elas aparecem nas conversas de 40 minutos. Esse *corpus* de fontes nos ajudará a escrever uma história da mentalidade da sociedade americana no começo do século XXI, mas seu uso para uma história das emoções pode ser limitado.

confundir simpatia com empatia. Com frequência, acreditamos ter alcançado a empatia quando tudo o que fizemos foi sentir simpatia. Mas apenas um desses dois, como enfatiza Allison Landsberg, demanda trabalho intelectual: a empatia (LANDSBERG, 2009, p.222-223). É por isso que os historiadores não lidam com a simpatia; lidam com a empatia. No entanto, é difícil resistir à fisgada emocional porque ela tem raízes em forças sociais profundas: a confissão pública (cultura de massas do início do século XXI), a ascensão de um hiperindividualismo neoliberal e a emergência da cultura terapêutica e de uma obsessão com o trauma e a sobrevivência, desde a década de 1970 (FREUND, 2014). Todas essas forças sociais devem ser consideradas quando da contextualização do fenômeno da contação de histórias.

## Por que falamos de nós mesmos? Neoliberalismo, hiperindividualismo e cultura da terapia

Existe uma crença amplamente difundida de que a contação de histórias faz parte do conjunto das forças sociais democratizantes que emergiram depois da Segunda Guerra Mundial e que incluem a ascensão da classe média, o movimento pelos direitos civis, o movimento feminista, a expansão da educação superior e o movimento estudantil e, de forma mais geral, o fortalecimento da esquerda e do liberalismo. Na academia, a história social e a escrita de uma história mais inclusiva foram expressões dos anos 1960 (ADAIR; FILENE; KOLOSKI, 2011, p. 11). A história oral se vê normalmente dentro dessa tradição, fornecendo uma metodologia que revela a voz do passado e um campo de pesquisa que discute criticamente os métodos e a ética da entrevista e da interpretação. Os curadores dos museus e outros historiadores públicos, que se viram sob grande pressão para fazer o público participar ativamente e contribuir para as suas exposições, entraram na conversa: “Depois de trabalhar por uma geração contando histórias que

des-centralizam as elites, os museus agora estão des-centralizando os contadores de estórias das elites, também” (ADAIR; FILENE; KOLOSKI, 2011, p. 11). Realmente, a contação de estórias por todos e para todos, amplamente compartilhada *online*, é vista cada vez mais como uma ferramenta de democratização para o empoderamento individual e a mudança social. Mas isso é apenas parte da estória. A tentativa de democratizar a sociedade por meio da contação de estórias também tem sido moldada pelo individualismo crasso do neoliberalismo e pelo concomitante crescimento da cultura da terapia. Precisamos olhar tanto para a democratização quanto para o hiperindividualismo do livre mercado para entender por que, apenas uma geração depois que os pesquisadores de história oral se queixaram de que os americanos comuns relutavam em contar suas estórias, eles agora mal conseguem refrear o impulso de disponibilizar os detalhes mais íntimos de suas vidas na *World Wide Web*<sup>22</sup>.

O historiador americano Thomas Borstelmann identificou os anos 1970 como uma década crucial na história dos EUA. Duas grandes correntes subterrâneas emergiram nessa época: foi uma era de crescente igualdade social e crescente desigualdade econômica (BORSTELMANN, 2012, p. 3-4, 17, 21-22, 153-62, 175, 214). Na primeira metade do século XX, os americanos abraçaram cada vez mais um espírito igualitário, que via todas as pessoas como iguais e rejeitava as hierarquias tradicionais e as autoridades. Depois da Segunda Guerra Mundial, e em meio à abundância econômica do pós-guerra, a democratização social e jurídica estendeu ainda mais esse movimento na direção de uma maior igualdade. Na esteira dos movimentos progressistas dos anos 1960 e 1970, as mulheres, as minorias raciais e étnicas e outras minorias ganharam maior acesso à proteção das leis, à educação, ao emprego, à moradia e à assistência à saúde. A segregação racial foi abolida;

---

<sup>22</sup> Sobre o deslocamento geracional do esquecimento dos sobreviventes do Holocausto para a lembrança da segunda geração, ver STEIN (2009, p. 37-38).



os afro-americanos podiam agora frequentar escolas melhores e, cada vez mais, ir à faculdade e à universidade. O sexismo e o patriarcado foram pelo menos reconhecidos, se não enfrentados, pelas políticas de ação afirmativa. Ao mesmo tempo, as normas sociais e os valores morais relativos à sexualidade, à família, ao uso recreativo de drogas, ao vestuário ou ao estar em público, todos se tornaram mais brandos (BORSTELMANN, 2012, p. 53-63, 123).

As dramáticas mudanças, crises e choques da década de 1970 deixaram uma grande parte da população americana profundamente inquieta. Na esteira da crise do petróleo, em 1973, as bolsas de valores despencaram, uma recessão sucedeu à outra, houve uma inflação maciça, uma desindustrialização e uma transferência da indústria manufatureira para a indústria de serviços; todas essas mudanças resultaram na diminuição dos salários reais, no aumento do desemprego e da pobreza e na concentração da riqueza na classe mais alta (STEGER; ROY, 2010, p. 9; BORSTELMANN, 2012, p. 133-134). A situação da classe média, recentemente expandida, se tornou precária e os seus membros ansiosos. A inflação atingiu mais fortemente os mais pobres e os níveis de pobreza aumentaram de forma constante depois de 1973 (BORSTELMANN, 2012, p. 134-135). Os choques políticos dessa época, particularmente a Guerra do Vietnã e o Caso Watergate, também foram grandes. Muitos americanos perderam a confiança no efeito positivo do governo sobre as suas vidas. Houve também uma reação contra a cultura *hippie*, que uma Direita Cristã emergente culpava pelo declínio dos valores familiares, pelo aumento no número de divórcios e de lares desfeitos e pelas crescentes taxas de uso de drogas e de criminalidade (BORSTELMANN, 2012, p. 8, 53-63, 123). Abalados por todos esses choques, os americanos se voltaram para dentro e concentraram sua atenção em si mesmos. Depositaram toda sua confiança na economia privada, acreditando no dogma segundo o qual a competição individual forneceria as melhores soluções para todos os aspectos da vida. Isso abriu caminho para ideias

neoliberais como a competição sem restrições do livre mercado, a desregulamentação e o individualismo a qualquer custo, que, a princípio lentamente, e de maneira mais enérgica da década de 1980 em diante, substituíram a regulamentação governamental e o bem-estar social. O neoliberalismo provocou um deslocamento da cidadania para o consumismo e do bem comum para a escolha individual. Levou também a uma crescente desigualdade econômica (BORSTELMANN, 2012, p. 126-133, 153-55; STEGER; ROY, 2010, p. 12, 14, 27-8, 47; AMABLE, 2011)<sup>23</sup>.

Essas duas contracorrentes – o aumento da democratização social e da igualdade jurídica por um lado e o aumento da desigualdade econômica e a ética liberal da autoconfiança por outro – têm crescido nas últimas décadas (AMABLE, 2011, p. 6). Mas ainda que as duas tendências se contradigam com respeito à noção de igualdade, ambas apoiam e reforçam um hiperindividualismo crasso (BORSTELMANN, 2012, p. 21-22, 175, 214). O individualismo tem uma longa história nos EUA e uma ligação ainda mais antiga com o capitalismo, que se baseia “numa ética individualista de trabalho intensivo” (AMABLE, 2011, p.14; a esse respeito ver também CALLERO, 2013, p. VIII). Veio à tona nas entrevistas de história oral muito antes dos anos 1970. Na década de 1960, como argumenta Frisch (1979, p. 77), aqueles que falavam das suas experiências durante a Grande Depressão

[...] tendiam a ver seus problemas de forma atomizada, alienada. Vergonha, um senso de fracasso pessoal, uma obsessão inevitável pelas preocupações pessoais, uma insegurança paralisante em várias

---

<sup>23</sup> Tim Flannery argumenta que a ascensão do neodarwinismo e a popularidade de seus expoentes, como Richard Dawkins, coincidiu com o crescimento do neoliberalismo: “Tendemos a usar ideias como a do gene egoísta para justificar nossas práticas egoístas e socialmente destrutivas. É significativo, eu acho, que os livros de Dawkins tenham recebido tantos aplausos na véspera da década de 1980 – a era em que a ganância era percebida como algo bom e o livre mercado era venerado” (FLANNERY, 2010, p. 18).

dimensões – tudo isso é descrito repetidamente como a resposta pessoal predominante<sup>24</sup>.

As pessoas viam a história através de suas experiências individuais; de fato, elas misturavam história e memória individual. As consequências, de acordo com Frisch, foram pessoais – incluindo “cicatrizes psíquicas, memórias dolorosas e um senso de responsabilidade excruciante” – e políticas:

Qualquer um que tenha se perguntado por que a crise da Depressão não produziu críticas mais focadas na cultura e no capitalismo americano, mais esforços duradouros na direção de mudanças estruturais fundamentais, encontrará mais evidências nesses testemunhos do que em qualquer outra fonte que eu conheça. Vendo as pessoas transformarem a história em memória biográfica, o geral em particular, vemos como elas tentaram preservar uma validação profunda da sua vida e da sua sociedade, e como adiaram o julgamento cultural mais profundo sugerido pela crise da Depressão (FRISCH, 1979, p. 77).

Apesar da brutal edição, as histórias da NPR/StoryCorps e outros produtos similares revelam a “memória dolorosa” do “capitalismo do desastre” do início do século XXI. (KLEIN, 2007; PIKETTY, 2014)

Os efeitos ocultos do individualismo, incluindo o “senso de responsabilidade excruciante”, não abrandaram durante a década de 1970, mas diversos fatores levaram a uma reinterpretação que deu a essas experiências um impulso positivo, deslocando-as da vergonha em direção à sobrevivência e à vitória. O foco no eu e na

---

<sup>24</sup> ROSENFELD (1995, p. 35-40) descreve a resposta do público americano à história de Anne Frank de modo similar; desde os anos 1950, as audiências americanas e os críticos se sentiam “elevados” e “inspirados” pela “humanidade triunfante”. A história muitas vezes desencadeou identificação e mesmo “fantasias de sobrevivência” (p. 37). Rosenfeld argumenta que todos os grandes monumentos americanos sobre o Holocausto – das montagens de Anne Frank na Broadway até o US Holocaust Memorial Museum e os filmes de Hollywood – permitem que as audiências desviem o olhar da escuridão da história para se concentrar na (às vezes imaginada) sobrevivência do indivíduo (p. 38).

sua expressão pública foram cada vez mais celebrados. Alguns observadores ficaram consternados diante do que percebiam como um narcisismo hedonista. O jornalista Tom Wolfe (1976) chamou os anos 1970 de a “Década do Eu”. O historiador e crítico cultural Christopher Lasch (1979) descreveu essa nova cultura americana em 1979 como uma “cultura do narcisismo”. No mesmo ano, o sociólogo americano Charles Derber identificou uma crescente demanda por atenção na sociedade americana (DERBER, 2000). Até o presidente Jimmy Carter entrou na conversa, repreendendo seus pares americanos: “Numa nação que se orgulhava do trabalho duro, das famílias fortes, das comunidades unidas e da fé em Deus, hoje muitos de nós tendem a cultivar a autoindulgência e o consumo” (BORSTELMANN, 2012, p. 12; ver também p. 125, 146). Certamente, nos anos 1970, o engajamento cívico diminuiu de forma constante, desde o seu auge nos anos 1950 e 1960. Os americanos se concentraram no autoaperfeiçoamento, na autoexpressão, na autogratificação e na autoindulgência (BORSTELMANN, 2012, p. 125, 146; VEROFF; DOUVAN; KULKA, 1981). Voltaram-se *en masse* para “a esfera privada do consumismo”, num movimento facilitado pelo comércio 24 horas, pela indústria do crédito em expansão e pelo surgimento dos cartões de crédito pessoais (BORSTELMANN, 2012, p. 144-145).

Nas últimas três décadas, essa crítica foi se tornando mais rigorosa. Em 2000, Derber revisitou seu estudo anterior a respeito do americano sedento de atenção e descobriu que o problema tinha se aprofundado e ampliado. Ele argumenta que

[...] a busca por atenção hoje está disseminada e institucionalizada, foi incorporada ao nosso ser através dos novos sistemas de mídia, negócios e tecnologia, e é alimentada pelas novas e dolorosas privações que atormentam a nossa psique. O resultado é o vírus altamente transmissível de um comportamento prosaico, mas desumanizante, que sutilmente nos afasta uns dos outros e transforma as interações cotidianas numa competição velada por reconhecimento e respeito. (DERBER, 2000, p. XXV)

Entre as tendências identificadas, ele registra “a ascensão da

autoexposição da intimidade como gênero artístico e midiático elegante”, que inclui os romances confessionais e os *trash talk shows* que contaminam a vida cotidiana:

A maioria das pessoas nunca aparece nos *talk shows*, mas muitas adotam práticas parecidas em sua vida social e buscam chamar a atenção dos amigos e colegas de trabalho falando sem parar sobre seus problemas íntimos. Seja o trauma que sobrou de uma infância difícil, os problemas conjugais ou simplesmente as obsessões neuróticas que perturbam o nosso estado de espírito todos os dias, tais tópicos se tornaram assunto de conversas comuns... [que] muitas vezes evoluem para desabafo desinibidos acerca de problemas pessoais e se transformam em apelo ou numa disputa por apoio. (DERBER, 2000, p. XVIII)

Esse comportamento foi facilitado pelas novas tecnologias, que permitem explorar “formas de chamar a atenção nunca antes imaginadas” (DERBER, 2000, p. XVIII). Derber nota secamente: “Uma era de ensimesmamento não é propícia nem para a democracia nem para a comunidade” (DERBER, 2000, p. XXV).

Outros críticos sociais foram igualmente mordazes em sua avaliação da psique americana. Na sombria visão de Chris Hedges, em 2009, os americanos são em sua maioria semianalfabetos e anulados por um sistema político corrupto e um sistema econômico explorador. Escapam para mundos de fantasia, narrativas de vitimização e autopiedade (HEDGES, 2009). Outros concordam, mas afirmam que os americanos estão sob a pressão cada vez maior da necessidade de ser bem sucedido. O psicólogo Jean M. Twenge (2006) identificou o grande grupo dos americanos de classe média nascidos nos anos 70, 80 e 90 do século XX como a “Geração Eu” – uma geração que foi convencida pela televisão, pela escola e pelos pais a se colocar sempre em primeiro lugar. Considerando os problemas econômicos da época, não se trata de uma geração mimada ou egoísta, mas uma geração com expectativas altas – expectativas cada vez mais difíceis de alcançar. A Geração Eu era sintoma de uma “epidemia” de narcisismo. Twenge e seu colega W. Keith Campbell escreveram: “O foco da cultura americana na

autoadmiração causou uma evasão da realidade em direção à terra dos sonhos de grandeza” (TWENGE; CAMPBELL, 2009, p. 4). Mesmo que não concordemos com o excesso e o conservadorismo moral do diagnóstico que esses críticos sociais fazem do individualismo ocidental, podemos situar a contação de histórias no âmbito do conceito de “modernidade líquida” de Zygmunt Bauman, modernidade essa que “faz emergir uma ‘identidade privada’ – de fabricações de curto prazo, voltadas para o mercado, episódicas, do eu” (ELLIOTT, 2007, p. 14).

Por se concentrarem no indivíduo entrevistado, os pesquisadores de história oral têm há muito andado na corda bamba do individualismo, tentando equilibrar os êxitos de seus narradores com as estruturas socioeconômicas e os padrões históricos mais amplos que restringem suas vidas. Mas no mercado das histórias, as narrativas dos pesquisadores de história oral são muitas vezes complexas demais, sombrias demais e críticas demais em relação à nação. Na contação de histórias, a celebração inequívoca e muitas vezes patriótica da sobrevivência e do sucesso do indivíduo não se deixa constringer pelo contexto histórico. Essas histórias simples, que celebram uma nação de sobreviventes e o Espírito Americano, são muito mais fáceis de digerir. Temo que, ao confundir a história oral com a contação de histórias, em sua tentativa de imitar o sucesso do StoryCorps, os pesquisadores de história oral estejam se expondo cada vez mais ao risco de seguir esse modelo de relato.

A tarefa de diferenciar a contação de histórias é particularmente difícil porque ela alardeia enfaticamente o seu poder de curar os indivíduos e a sociedade. Desde a década de 1970, os americanos aprenderam a falar de si mesmos e a fazê-lo de uma maneira específica: como sobreviventes. A nova linguagem da sobrevivência tem origem nas lembranças do Holocausto, conduzidas principalmente pela geração dos filhos dos sobreviventes do Holocausto, e por ativistas do feminismo que afirmavam que aqueles que sobreviveram ao abuso sexual precisavam contar suas experiências em público para acabar com a epidemia amplamente disseminada de incesto e violência contra as crianças e as mulheres.

Contar uma estória de sobrevivência tirava da pessoa o estigma de ser uma vítima e permitia que as audiências se sentissem ligadas a ela através do “espírito de humanidade” e da subjacente narrativa de esperança (STEIN, 2009, p. 27-53; ROSENFELD, 1995, p. 38; GILMORE, 2010)<sup>25</sup>.

Na década de 1970, os americanos não apenas aprenderam a falar de si mesmos como sobreviventes; eles também passaram a esperar benefícios da atitude de contar publicamente suas estórias de sobrevivência. Os relatos pessoais eram moldados pela linguagem da psicanálise e da terapia, que se tornara popular como forma de monitorar, diagnosticar e relatar a si mesmo, a própria família e o próprio mundo. De fato, alguns críticos sociais têm notado que, no último meio século, uma cultura terapêutica, ou cultura da terapia, surgiu no Ocidente. No começo da década de 1960, o psicólogo americano Philip Rieff afirmava que as pessoas tinham se distanciado de um compromisso com a comunidade, a igreja ou o partido na direção de um compromisso com elas mesmas, concentrando toda a atenção na sua vida interior e buscando libertar-se com a ajuda de terapeutas e terapias. Os americanos, argumentava Rieff, já não encontravam seu propósito na vida através da comunidade, mas sim garantindo o próprio bem-estar (RIEFF, 1966). Realmente, durante os anos 1970, a demanda por terapia cresceu e o número de psicólogos clínicos nos EUA triplicou (BORSTELMANN, 2012, p. 125). Desde a década de 1980, um número cada vez maior de críticos registra o surgimento da cultura terapêutica e a consequente despolitização da sociedade (BECKER, 2005; ILLOUZ, 2008; WRIGHT, 2011; STEIN, 2009).

O sociólogo britânico Frank Furedi escreveu recentemente a respeito da “cultura da terapia” na sociedade ocidental e descobriu que as pessoas se autoengrandecem muito menos e são muito

---

<sup>25</sup> Alyson M. Cole afirma que os americanos denunciaram narrativas sobre a vitimização e a condição de vítima para encobrir o sofrimento, os ferimentos e as injustiças e abafar a resposta política que eles exigem. Ver COLE (2007).

menos narcisistas do que os antigos críticos nos fizeram acreditar. Na verdade, as pessoas se tornaram vítimas de uma cultura da terapia na qual toda emoção negativa é diagnosticada e demanda tratamento médico, onde elas são encorajadas a se ver como doentes e, conseqüentemente, “a dar sentido a episódios dramáticos através de termos emprestados da saúde mental” (FUREDI, 2004, p. 6-7). Furedi escreve:

Hoje tememos que os indivíduos não possuam a resiliência necessária para lidar com os sentimentos de isolamento, frustração e fracasso. Ao patologizar as respostas emocionais negativas às pressões da vida, a cultura contemporânea involuntariamente encoraja as pessoas a se sentirem traumatizadas e deprimidas por experiências até então encaradas como rotineiras. (FUREDI, 2004, p. 16)<sup>26</sup>

Essa tendência de perceber uma grande gama de males individuais e coletivos por meio da linguagem terapêutica do trauma, e de recorrer às formas públicas de testemunho, confissão e terapia, foi identificada também por outros críticos (HOFF; SATEL, 2006; FASSIN; RECHTMAN, 2007; PECK, 2010). De acordo com eles, a terapia se tornou uma visão de mundo que domina a sociedade ocidental. Furedi escreve: “Hoje, com o surgimento do tom confessional, o apagamento da linha que separa o privado do público e a poderosa afirmação do emocionalismo, poucos relutam em afirmar que ela se tornou uma força cultural formidável” (FUREDI, 2004, p. 17, 22)<sup>27</sup>. Furedi vê a cultura da terapia como um fenômeno recente:

---

<sup>26</sup> Os relatos de Illouz (2008) e Wright (2011) são mais nuançados do que os de Rieff (1966) ou Furedi (2004). Wright argumenta contra a “teorização excessivamente negativa” (p. 5) e complica a teoria da virada terapêutica ao concentrar a atenção na “confusa realidade da vida cotidiana” (p. 4), que aparece nas suas entrevistas com pessoas que falam de suas experiências terapêuticas.

<sup>27</sup> Furedi, como Rieff e Lasch, afirma que a cultura da terapia pode surgir no vácuo de produção de sentido deixado pelo declínio da igreja e da religião. Considerando a ressonância, nos EUA e em outras partes do mundo ocidental, da igreja e da religião, acredito que precisamos entender melhor



É fácil esquecer que a aplicação promíscua do diagnóstico terapêutico na descrição da condição das pessoas que enfrentam infortúnios é um produto da década passada, mais ou menos. Hoje, mesmo as menores tragédias ocasionam intervenções de conselheiros para situações traumáticas e de terapeutas profissionais. (FUREDI, 2004, p. 19)

O “gerenciamento do eu” está agora aberto às intervenções das instituições estatais, públicas e privadas.

A cultura terapêutica, afirma Furedi, também molda a interpretação histórica e a comemoração pública. Ele até mesmo alega que nós agora temos “uma verdadeira indústria para a reescrita da história de acordo com a imaginação terapêutica corrente” (FUREDI, 2004, p. 21). As comemorações são agora encenadas sob a forma de uma terapia pública em massa, o que “pode predispor as pessoas a reagir a eventos importantes, como o 11 de setembro, como potenciais vítimas de trauma e não como cidadãos preocupados” (FUREDI, 2004, p. 16). Furedi alega que a memorialização do 11 de setembro, depois da memorialização do atentado de Oklahoma, deslocou o foco das comemorações – do propósito comunitário para a terapia individual, “de uma comunidade enlutada para uma comunidade de enlutados... O luto se tornou não tanto um ato de rememoração dos mortos, mas uma afirmação terapêutica a respeito dos sobreviventes” (FUREDI, 2004, p. 14-15).

Posicionados no cruzamento da história com a memória, os pesquisadores de história oral não podem senão desanimar diante da sugestão de Furedi de que, pela sua associação com a contação de histórias, a história oral se enredou na cultura da terapia. Infelizmente, a nossa resposta emocional, e por vezes acrítica, ao fenômeno da contação de histórias fornece evidências adicionais de que, pelo menos em alguns aspectos, precisamos

---

como as práticas a elas relacionadas alimentaram a cultura terapêutica. A análise realizada por Foucault a respeito da emergência da psicanálise a partir das práticas religiosas confessionais é um começo. FOUCAULT (1990); FREUND (2014).

reaver nosso ceticismo.

O crescimento da cultura da terapia está intimamente ligado à ascensão do movimento de autoajuda, que por sua vez encontra terreno fértil na contação de histórias. Contar histórias – segmentar a vida em episódios inspiradores de sobrevivência individual – se relaciona, sem dúvida, com aquilo que a crítica social americana Barbara Ehrenreich (2009) chama a “ideologia americana do pensamento positivo”. Ehrenreich identificou uma indústria multimilionária – livros e DVDs de autoajuda, oficinas de pensamento positivo, “dezenas de milhares de ‘instrutores para a vida’, ‘instrutores executivos’ e palestrantes motivacionais”, além de vários outros “instrutores, pregadores e gurus de diversos tipos” –, que consegue lucrar brincando com o medo que os americanos têm de não conseguir controlar suas vidas, ensinando a eles um “otimismo injustificável” e uma “autoilusão deliberada”. O pensamento positivo não é causa ou efeito do sucesso, mas “é guiado por uma terrível insegurança”. O pensamento positivo, argumenta Ehrenreich, é um forte aliado das duas forças motrizes do século XX e do começo do século XXI: o nacionalismo e o capitalismo. Ehrenreich escreve que

[...] o pensamento positivo se mostrou útil como uma apologia dos aspectos mais cruéis da economia de mercado. Se o otimismo é a chave para o sucesso material, e se você pode chegar a uma perspectiva otimista através da disciplina do pensamento positivo, então não existe desculpa para o fracasso. O outro lado da positividade é, assim, uma rigorosa insistência na responsabilidade pessoal: se o seu negócio fracassa ou o seu emprego é eliminado, deve ser porque você não tentou o suficiente, não acreditou firmemente o bastante na inevitabilidade do seu sucesso. Conforme a economia trouxe mais desemprego e turbulência financeira para a classe média, os promotores do pensamento positivo foram enfatizando cada vez mais esse julgamento negativo: sentir-se desapontado, ressentido ou desanimado é ser uma “vítima” e um “resmungão” (EHRENREICH, 2009).

Vemos esse pensamento positivo estruturando muitas das histórias manufaturadas no setor de contação de histórias. Ele pode

ser visto também, pelos comentários no Facebook e em outros lugares, no público consumidor. A análise de Ehrenreich aponta outra área que precisamos considerar ao contextualizar o fenômeno da contação de estórias. O StoryCorps pode ter nascido no contexto do 11 de setembro e do furacão Katrina, mas esses dois acontecimentos – habilmente recontados pelas agências do governo e pela Fox como “catástrofes nacionais” – são apenas eventos de superfície. Mais abaixo, a angústia americana é construída sobre as inseguranças econômicas, militares, sociais e culturais que dominaram a vida americana desde a década de 1970. Da desindustrialização à crise financeira de 2008, do Vietnã ao Iraque e ao Afeganistão, da deterioração dos sistemas educacional e de assistência à saúde, e das guerras raciais dos anos 1970 ao aumento estrondoso da violência na cultura popular, os americanos têm boas razões para recorrer ao pensamento positivo e às estórias inspiradoras à *la Chicken Soup for the Soul* [*Canja de Galinha para a Alma*]<sup>28</sup>.

## Contação de estórias versus história oral: a política da história e da memória

Os proponentes da contação de estórias alegam que ela promete um caminho para um mundo melhor precisamente por evitar a política. Para Colbert e outros, a contação de estórias que acontece no StoryCorps é o oposto da política:

Vivemos num tempo em que absolutamente tudo é fonte de divisão. Tudo funciona como uma declaração política. Cidades costeiras x cidadezinhas. Republicanos x Democratas, MSNBC x FOX, Costco x Sam’s Club. Mas você não ouve qualquer agenda política no StoryCorps – você não ouve agenda nenhuma. Você ouve apenas um desejo de compartilhar. (STORYCORPS, 2013)

<sup>28</sup> O livro *Chicken Soup for the Soul: 101 Stories to Open the Heart and Rekindle the Spirit*, de Jack Canfield e Mark Victor Hansen (1993), é o primeiro de uma longa e persistente série de livros e outros produtos inspiradores baseados numa compilação de estórias pessoais.

Os pesquisadores de história oral aceitaram essas alegações? Lamothe e Horowitz argumentam:

Através da veiculação de trechos de entrevistas na National Public Radio, o StoryCorps disponibiliza a uma ampla audiência o melhor do que a história oral pode oferecer: ao focar em pequenas narrativas pessoais que ecoam os temas mais abrangentes da experiência humana, essas estórias insistem na inclusão de indivíduos comuns no registro histórico e forçam uma compreensão democrática da história. (LAMOTHE; HOROWITZ, 2006, p. 173)

De modo similar, Abelman et al. (2009, p. 258) acreditam que “as entrevistas do StoryCorps são uma forma complexa de ritual entre pessoas muito próximas. O que liga essas pessoas não são as coordenadas sociológicas, as grandes narrativas ou a integridade histórica, mas a sua sensibilidade”.

Como apontou Michael Frisch em 1972, uma das três questões básicas a formular sobre qualquer *corpus* de histórias orais é: quem está falando? Ainda que aparentemente o StoryCorps cubra uma vasta gama de pessoas, a falta de dados biográficos básicos torna obscura a composição demográfica dos participantes. Homens e mulheres participam igualmente? Pessoas de todas as idades, raças, grupos étnicos e classes sociais participam em proporções semelhantes às que ocorrem na população como um todo? Pessoas de todas as convicções políticas e crenças religiosas estão proporcionalmente representadas? Como mostrou Filene, pelo menos para os propósitos da contação de estórias na NPR, tais informações são intencionalmente suprimidas. O StoryCorps quer defender a ideia de que todos os americanos são iguais. Faz isso sob a égide da democratização, da inclusão e do humanismo. Por exemplo, o *background* racial ou a classe social dos trigêmeos cegos cuja estória lemos anteriormente não desempenham nenhum papel no enredo – nem o acesso (ou a falta de acesso) da mãe à ajuda pública ou privada. Eles são americanos e, sendo eles brancos ou negros, pobres ou ricos, a mensagem subjacente do StoryCorps é a de que a estória seria a mesma. Tal movimento, no entanto, juntamente com a afirmação populista de que todo debate gera

divisões, é uma estratégia política que visa esvaziar a crítica social. E ela impede que os pesquisadores de história oral investiguem a cultura pública mais ampla e as forças modeladoras da NPR e do StoryCorps que geram as estórias de sobrevivência.

Assim, o que une as estórias não é a sua sensibilidade (o que quer que isso signifique concretamente), mas o fato de que são implicitamente, e em grande parte não intencionalmente (pelo menos da parte dos narradores), modeladas pelos valores de um individualismo antiestatal crasso. O individualismo do início do século XXI na América ignora o *insight* sociológico de que, nas palavras de C. Wright Mills, “problemas pessoais” estão normalmente ligados a “questões sociais”; ignora também o *insight* histórico de que os indivíduos pensam e agem, de acordo com a famosa frase de Karl Marx, “sob circunstâncias já existentes, legadas e transmitidas pelo passado”<sup>29</sup>. Ao invés de documentar e criticar os efeitos do neoliberalismo, será que o fenômeno da contação de estórias tem apoiado e reforçado os valores neoliberais da competição no livre mercado?

Podemos encontrar uma resposta preliminar examinando como a contação de estórias reformulou o debate sobre a política da história e da memória. Abelman et al. (2009) deram os primeiros passos para inserir o StoryCorps no contexto mais amplo da história, da memória e da recordação e comemoração públicas. O projeto, escreveram, surgiu das catástrofes nacionais americanas do 11 de setembro e do furacão Katrina, como parte da “era de autopublicação” (ABELMANN et al., 2009, p. 260). Dessa origem emergiu uma ênfase no “heroico [que existe] no banal... um jeito de produzir sentido num vácuo de significado”. O StoryCorps, escreveram elas, emergiu no contexto “da nossa cultura insistentemente comemorativa”. No caso do 11 de setembro e do Katrina, “as práticas de documentação e de comemoração do StoryCorps celebravam a resistência e o heroísmo das vítimas e das equipes de resgate” (ABELMANN et al., 2009, p. 260). Essa

---

<sup>29</sup> Citações de Mills e Marx em CALLERO (2013, p. 8-9).

análise é um primeiro passo importante e pode facilmente ser relacionada com o desenvolvimento do hiperindividualismo e da cultura da terapia desde os anos 1970. Isso nos permite ver que, ao invés de um “vácuo de significado”, havia uma disputa pelo sentido que foi rapidamente vencida pelo governo e pela mídia conservadora. Identificar “o heroico [que existe] no banal” era parte da sua estratégia vencedora. Essa narrativa calou fundo num público que tinha sido levado a acreditar, durante as décadas anteriores, que todas as pessoas eram sobreviventes e tinham uma estória para contar, e que contar essa estória publicamente era um expediente de empoderamento e cura.

O StoryCorps também participou de uma cultura da autodocumentação e autopublicação, como notam Abelman et al. (2009): “Ainda que o StoryCorps se apresente como universal em seu interesse e profundamente histórico em sua tradição, tem os dois pés no presente, é parte da onda de autodocumentação sem fim do Facebook, dos *scrapbooks* e dos *blogs*”. Ao invés de registrar uma experiência histórica, muitas pessoas usam o StoryCorps exatamente como usam o Twitter, o Facebook e o movimento digital de contação de estórias: para se documentar no presente. A promessa de que tal autodocumentação será arquivada, seja na Biblioteca do Congresso ou no éter da Internet, cria a esperança de que não seremos esquecidos, de que a atenção de agora vai continuar depois da nossa morte. Além disso, quando o movimento de autoajuda começou a usar a mídia digital para vender seus produtos, a indústria da tecnologia digital encontrou um grande mercado para os seus. A facilidade de acesso *online* e a interatividade se uniram à necessidade de confissão pública para criar o StoryCorps, o Facebook e outras plataformas digitais de contação de estórias. Dessa forma, se encarmos a autopublicação não apenas como uma força democratizante, mas também como resultado de uma indústria multibilionária que lucra com a autopublicação, poderemos entender melhor como os valores da indústria se incorporam à autoexpressão aparentemente individualista e

autônoma do público.

É verdade que, como um dos revisores anônimos deste artigo apontou<sup>30</sup>, estou juntando as diversas práticas comerciais e não comerciais de contação de histórias, mas este é exatamente o ponto que quero destacar nesse estágio precoce da análise: o conceito abrangente de contação de histórias (públicas, autobiográficas, confessionais) reúne todas essas práticas através das suas promessas de atenção, cura e empoderamento. Uma das futuras agendas de investigação dos pesquisadores de história oral pode ser destrinchar como exatamente o Facebook, a contação de histórias digital e outras práticas de autopublicação modelam [o comportamento de] entrevistados e entrevistadores quando eles se sentam para uma entrevista de história oral.

Neste momento, quero me concentrar na ideia de que a contação de histórias mistura história e memória individual e, dessa forma, despolitiza o discurso público. Esse fenômeno não é novo. Há quarenta anos, Michael Frisch (1979) examinou os produtos da contação de histórias e as respostas populares de outro tempo: a coleção de memórias da Grande Depressão organizadas por Studs Terkel<sup>31</sup> e as resenhas da mídia popular. Frisch concorda com a maioria dos outros críticos e leitores: a leitura das memórias de 150 americanos que viveram durante a Depressão ou tinham ouvido falar dela posteriormente era “comovente, pungente, intensa, humana e instrutiva”. A resposta atual do público às histórias do StoryCorps/NPR é muito semelhante. Frisch discorda, no entanto, em outro ponto. Ele não concorda com a *Newsweek* quando esta diz que o livro “vai restaurar a nossa fé em todos nós” ou com o *Saturday Review* quando diz que se trata de “um hino em louvor ao Espírito Americano”. Na verdade, ele achou o livro “mais

---

<sup>30</sup> O autor se refere à avaliação feita para publicação do artigo na *Oral History Review*. (Nota da organizadora)

<sup>31</sup> Outra referência ao livro *Hard Times: an Oral History of the Great Depression*, de autoria de Studs Terkel, cuja primeira edição foi publicada pela Pantheon Books em 1970. (Nota da organizadora)

deprimente do que qualquer outra coisa”, porque demonstrava “o impacto destrutivo da Depressão nas vidas que as pessoas viviam”. De forma semelhante, as histórias do StoryCorps/NPR demonstram o impacto destrutivo do neoliberalismo sobre as vidas americanas atuais. As histórias de Terkel, argumenta Frisch, mostraram “por que os americanos acham tão difícil examinar criticamente a sua cultura e as suas instituições, mesmo quando grandes colapsos tomam tais exames imperativos” (FRISCH, 1979, p. 71). O fenômeno corrente da contação de histórias apresenta evidências similares.

O maior problema da leitura que os críticos faziam do livro, de acordo com Frisch, era o fato de tomar os testemunhos orais ao pé da letra, como representações simples, mas verdadeiras, do que a Depressão realmente foi, não como memórias bem ordenadas e suavizadas, recontadas nos anos 1960, numa época em que as pessoas estavam tentando dar sentido a tantas crises sociais, políticas e culturais: a herança duradoura da pobreza, do desemprego e das oportunidades perdidas na esteira da Grande Depressão, os ecos da Segunda Guerra Mundial, as implicações urgentes do movimento pelos direitos civis e as crescentes tensões raciais, a guerra no Vietnã, o assassinato de líderes políticos e religiosos, as novas recessões econômicas e a subversão dos valores culturais e morais. Os críticos, afirmava Frisch, compreendiam o trabalho da história oral de duas formas: como mais informação sobre o passado (“mais história”) ou como acesso direto a experiências autênticas que falam por si e não precisam de interpretação especializada (“sem história”). A leitura simplista da história oral como evidência era ainda mais surpreendente, notava Frisch, porque o próprio Terkel tinha sido claro: o seu livro era um livro de memória e não um livro de história (FRISCH, 1979).

O que mudou nesses quarenta anos? Hoje, mais do que nunca, os consumidores de histórias de memória, ao que parece, acreditam ser a sua resposta emocional uma indicação de que as histórias que ouvem dão acesso a experiências autênticas. Ganley escreve sobre o que a contação de histórias realiza: “Estamos contando a história como ela é. Como a experimentamos. Estamos formando



comunidades em torno das nossas estórias” (GANLEY, 2013, p. X). Para os historiadores, esta é uma notícia preocupante; também preocupante é o fato de que (ao contrário de Terkel) os produtores dessas “histórias orais” compartilham da mesma crença. Por exemplo, o StoryCorps alega que está criando um arquivo e, dessa forma, “mais história”. Ao invés de uma história de grandes homens, escreve Isay, “o StoryCorps vai criar uma história do nosso país de baixo para cima, através das estórias e das vozes dos americanos comuns” (ISAY, 2007, p. 163). Quando Filene entrevistou Taylor Cooper, o arquivista do StoryCorps, ele disse: “Esta é a história da América pela América, para a América”. Filene concluiu: “o StoryCorps se propõe a provocar uma mudança na compreensão histórica: quer demonstrar de forma poderosa, visceral, exaustiva, que as pessoas comuns dão forma à história” (FILENE, 2011, p. 176). Ao mesmo tempo, afirma que, por respeito aos contadores de estórias, nenhuma contextualização das estórias individuais (“sem história”) é necessária. Essa visão populista da história como simplesmente a estória do passado se tornou um veículo para a ideologia individualista sob o disfarce da história oral.

Alguns historiadores parecem ter assimilado esse argumento. Filene afirma que o StoryCorps ensina história às pessoas simplesmente por dar a elas a oportunidade de registrar as suas estórias. A partir da sua experiência pessoal carregada de emoção, Lamothe e Horowitz, escrevendo que o StoryCorps oferece “uma experiência em história”, extrapolaram afirmações importantes sobre as contribuições do projeto para a história: “Através dessa poderosa experiência pessoal, o StoryCorps ensina lições gerais sobre a natureza da história. O entrevistado tem a oportunidade de interpretar a sua própria história de vida. O entrevistador também assume o papel do historiador ao identificar alguém com estórias dignas de ser aprendidas e preservadas” (LAMOTHE; HOROWITZ, 2006, p. 171, 173-174). Assim, se entendo corretamente, os autores argumentam que: a) uma conversa de quarenta minutos se aproxima de algo parecido com uma história de vida; b) experiências são sempre e naturalmente interpretadas de uma perspectiva

histórica; c) qualquer pessoa entrevistando outra pessoa é um historiador (ou seja, formula perguntas de um ponto de vista histórico); e d) o ato de identificar alguém importante na vida de uma pessoa (como a sua mãe) é semelhante ao juízo do historiador sobre a significação histórica. Só é possível aceitar tais alegações se concordamos com a suposição implícita de que a história é um modo natural de pensar e não um discurso politicamente carregado e controverso a respeito do passado (WINEBURG, 2001; TROUILLOT, 1995; ver também SHOPES, 2014, p. 257-268).

De modo semelhante, Filene afirma: “Das centenas de histórias que o StoryCorps veiculou, emerge um retrato coletivo da América – uma cidadania de diversidade e força; comprometida com o trabalho duro e sustentada pelo orgulho silencioso; determinada na adversidade e imbuída de uma decência irresistível” (FILENE, 2011, p. 178). Este é o ponto de vista “sem história” que Fritsch criticou em 1972. Essa visão é problemática, como apontaram Frisch e muitos outros pesquisadores de história oral, porque nenhum testemunho fornece um acesso sem filtros ao passado. Toda memória é filtrada pelo tempo e pela experiência vivida. Como escreveu Frisch a respeito das memórias da Depressão:

O fracasso forçou as pessoas a reduzir as experiências gerais a termos pessoais e, dessa forma, uma dor intensa os protegia de verdades históricas mais profundamente ameaçadoras; a sobrevivência, no entanto, parece encorajá-los a elevar a generalização pessoal e biográfica até o nível dos termos históricos, ao mesmo tempo uma mensagem que valida a si própria e uma herança culturalmente validada para a próxima geração (FRISCH, 1979, p. 78).

Lamothe e Horowitz também abraçaram a visão “mais história”, afirmando que o “StoryCorps encoraja uma visão inclusiva de quem e o que é historicamente significativo” (LAMOTHE; HOROWITZ, 2006, p. 173). Novamente, essa afirmação só pode ser aceita se concordarmos com a premissa subjacente que mistura passado e história, uma visão segundo a qual tudo e todos são história. Mas a história é um discurso social e uma luta política sobre quais são os eventos e de quem são as experiências importantes. O StoryCorps

e todos os outros projetos de contação de estórias fazem as mesmas seleções e julgamentos sobre quem e o que incluir. A “História Oral da América” do StoryCorps é um produto de seu tempo, não a estória universal e definitiva, como sugere o aceno à “inclusão”. Assim, nas estórias do StoryCorps na NPR, não são as experiências individuais que importam – como aponta Filene, os personagens são suavizados para que os ouvintes possam se identificar com eles (FILENE, 2011, p. 188). Ao contrário, o centro de tudo é a moral da estória, que quase sempre é a estória “americana” de indivíduos que vencem as adversidades, a estória dos homens da fronteira e dos pioneiros, dos exploradores e aventureiros, dos heróis e heroínas, a estória do “Espírito Americano”. Estórias de intervenção estatal bem sucedida ou dos efeitos benéficos de um Estado de Bem-Estar Social são tão raras quanto as estórias de um sistema econômico que destrói vidas e comunidades. O “milagre de Ollie” rejeita a importância da solidariedade publicamente organizada e do apoio estrutural aos fracos. As 50.000 estórias do StoryCorps soam como um disco riscado: como americanos, superamos as adversidades do jeito americano. Somos todos iguais e a nossa sorte está em nossas mãos e apenas nelas. Não há espaço para o Estado. E não há espaço para a crítica social.

Devemos nos alegrar pelo fato de que, quarenta anos depois da análise de Michael Frisch, a história oral parece ter chegado à sociedade hegemônica, mas sugiro que devemos nos alarmar com o fato de que um grande número de pessoas – incluindo os produtores e consumidores das estórias do StoryCorps/NPR – entendem que fazer história oral significa tomar as estórias ao pé da letra, sem qualquer tentativa de historicizá-las. Sob a alcunha de história oral, os empreendimentos de contação de estórias produzem para consumo público estórias de triunfo pessoal para o ouvinte se sentir bem, estórias aparentemente desprovidas de qualquer política. Podem os pesquisadores de história oral tirar qualquer proveito dessa abordagem? Filene, por exemplo, argumenta que os historiadores rejeitam a abordagem do StoryCorps para a história porque não conseguem lidar com a emoção presente nas estórias.

Mas tal alegação se baseia num mal entendido a respeito do StoryCorps. Como o próprio Filene admite, o StoryCorps contorna as referências básicas da disciplina (como a razão, a cronologia e a determinação de causas) e assegura que a história de todas as pessoas “vale por si só” e, ao mesmo tempo “vale por todos nós”. Como escreve Filene: “Os livros e o programa de rádio do projeto sugerem valores atemporais e uma humanidade sempre igual a si mesma” (FILENE, 2011, p. 181-183). E tudo isso acontece sem qualquer autocrítica, nos limites nacionalistas de uma visão de mundo EUA-cêntrica, em que qualquer americano representa qualquer outro americano e mesmo qualquer outro ser humano. Isso não apenas é a-histórico, como Filene acertadamente aponta, mas despolitizante, baseado na fé de que a simples crença na igualdade vai nos tornar iguais. Aparenta-se, dessa forma, com o movimento do pensamento positivo, identificado por Barbara Ehrenreich (2009). Tal abordagem da história destrói a capacidade que as pessoas têm de estudar o passado e de se engajar no presente de forma crítica e significativa.

As conclusões de Filene são problemáticas para os historiadores. Ele argumenta que os historiadores públicos deveriam adotar as ideias do StoryCorps porque elas são populares e bem sucedidas, não porque fornecem uma compreensão melhor do passado. De fato, ele afirma que os historiadores públicos deveriam se curvar diante do StoryCorps, deixando para trás as expectativas históricas convencionais, que parecem incluir as mais básicas balizas do pensamento histórico, tais como o rastreamento da continuidade e da mudança no tempo, a compreensão das causas e dos efeitos históricos e a avaliação da significação histórica:

O StoryCorps tem poder porque demonstra, vez após vez, uma lição muito mais fundamental: o passado existe e podemos carregá-lo conosco todos os dias. Mais do que um projeto para documentar e interpretar a história, em outras palavras, o StoryCorps é uma engenhosa ferramenta capaz de inculcar uma mentalidade histórica [history-mindedness] – a conscientização de que vivemos nos equilibrando entre algo que veio antes e algo que virá depois. (FILENE, 2011)

Tal afirmativa se sustenta apenas se acreditarmos que passado e história são a mesma coisa, e que senso de tempo é o mesmo que senso de história. Como diz Filene, confundindo passado e história: “O poder do StoryCorps nasce da sua habilidade de encorajar as pessoas a se apropriar do passado no aqui e agora – reivindicar a história como sua própria e encontrar significado pessoal nela” (FILENE, 2011). Esta é uma compreensão despolitizada e enganadora da história. A história é um discurso sobre o passado, modelado pelos nossos valores presentes e que ensina os valores desse tempo para a geração seguinte. É uma negociação politicamente investida sobre o que é importante lembrar e o que é uma forma razoável e plausível de explicar e interpretar o passado. Simplesmente gravar uma estória sobre a vida de alguém não leva a uma compreensão da história, e o sentido que muitas pessoas encontram é manifestamente a-histórico. Como Frisch e tantos outros pesquisadores de história oral tão habilmente mostraram, as pessoas geralmente não procuram explicações históricas para as suas experiências.

## Conclusão: O que está em jogo?

Comecei a me interessar pela história oral na pós-graduação em 1992 e a gravar entrevistas um ano depois. Rapidamente adotei a ideia de que a história oral era uma ferramenta pouco valorizada, mas muito poderosa, e que o campo era marginalizado e incompreendido. No início dos anos 2000, comecei a sentir uma mudança. A história oral era mencionada com mais frequência na mídia popular e fora da academia, e de maneira positiva. Logo, ouvi falar de projetos não acadêmicos de história oral que produziam excelentes gravações e *websites*, e havia um burburinho a respeito da narrativa e da contação de estórias. A essa altura, eu era um entusiasta da contação de estórias – exatamente como Pozzi-Thanner, Lamothe e Horowitz, Abelman et al. e Filene – porque acreditava que nós – pesquisadores de história oral – tínhamos finalmente chegado lá. Como o início da nossa história datava dos anos 1940, estávamos inquestionavelmente na raiz dessa nova

apreciação popular da história oral. Como praticantes experientes, éramos o centro de tudo. E como acadêmicos letrados, formávamos a sua *intelligentsia*.

Mais ou menos desde 2008, no entanto, meu entusiasmo minguou, em parte porque notei que os pesquisadores de história oral desempenhavam apenas um papel marginal nesse novo movimento de contação de histórias. Nossos financiamentos não aumentaram; os criadores de megaprojetos como o StoryCorps podem falar nas nossas conferências mas raramente leem nossas pesquisas ou contribuem para as nossas discussões de forma significativa. Mais importante, eles moldaram o debate e o entendimento do público a respeito da história oral de um modo que nós historiadores jamais seríamos capazes. Comecei a recuar e repensar a conexão entre a história oral e o fenômeno mais abrangente da contação de histórias, um fenômeno cujos participantes muitas vezes usavam a expressão *história oral* sem qualquer conhecimento substancial do seu real significado. Eu não queria voltar para os alienantes debates dos anos 1960 e 1970 sobre o que propriamente constituía a história oral e o que era jornalismo, folclore etc. Discutir se o StoryCorps ou uma estratégia de negócios baseada na contação de histórias é ou não é história oral faz muito pouco sentido. Ao invés disso, precisamos agora recuar diante da contação de histórias, esse gigantesco fenômeno que nos varreu do mapa, desfazer os nós que nos ligam a ele e começar a estudá-lo como um novo fenômeno social, cultural, econômico e intelectual.

Em jogo está a história oral, porque já não cabe a nós a tarefa de definir os seus parâmetros na esfera pública. Duvido que o nosso pequeno grupo de pesquisadores possa efetivamente mudar os termos do debate no âmbito público e corporativo do complexo da contação de histórias. Mas podemos certamente tentar resistir ao turbilhão da contação de histórias. Por exemplo, Barbara Ganley, a fundadora e diretora da Community Expressions Ltda., escreve que a contação de histórias digital tira “os acadêmicos da sua zona de conforto no domínio racional do discurso crítico para [inserir]-los

no] processo profundamente afetivo de localizar, articular e comunicar histórias pessoais” (GANLEY, 2013, p. IX). Essa afirmação se baseia numa lógica imperfeita, assim como uma grande parte da indústria da contação de histórias, que se equilibra à beira do movimento de autoajuda. A premissa de que o discurso crítico *per se* é uma zona de conforto é insustentável; é contraditório definir a contação de histórias digital como um espaço mais confortável do que a academia e ao mesmo tempo afirmar que ela não é uma zona de conforto. Mas não é o raciocínio falho da empreitada que me preocupa (na verdade, falho ou não, tal argumento é uma propaganda bem melhor do que um formulário de solicitação de financiamento). Ao invés disso, me preocupo com o fato de que, ainda que possa ser interessante para os acadêmicos o engajamento num processo que supostamente é “profundamente afetivo” – como se ler documentos num arquivo e escrever sobre a opressão e discriminação sofridas por pessoas em suas lutas políticas cotidianas fosse um processo desprovido de emoção –, podemos nos esquecer de voltar ao domínio do discurso crítico, permanecendo na zona de conforto da contemplação narrativa do nosso próprio umbigo ao invés de avaliá-la criticamente.

Em jogo está a história. A contação de histórias mescla memória individual – filtrada pelos discursos sociais do individualismo, da sobrevivência e da terapia – e história. Como resultado, estamos ouvindo apenas uma história. E essa história é a história neoliberal do triunfo individual e, implicitamente, do sucesso do livre mercado e do fracasso do Estado. É uma história poderosa. Como historiadores, precisamos cuidar para não sermos hipnotizados pela força emocional do fenômeno da contação de histórias ou pelo sucesso econômico da indústria da contação de histórias. Devo enfatizar: não estou argumentando contra o valor ou a validade das experiências e histórias individuais e não estou argumentando contra o poder da contação de histórias. A contação de histórias é realmente poderosa. Mas precisamos continuar insistindo que memória individual e história não são a mesma coisa.

Em jogo está a cidadania crítica e a democracia. Como a

resposta ao *Hard Times*, as estórias do StoryCorps nos ensinam que os americanos continuam achando “difícil examinar criticamente a sua cultura e as suas instituições” (FRISCH, 1979, p.71). Por que isso acontece? Já afirmei em outros textos que, seguindo Foucault, podemos entender a entrevista como uma tecnologia de si. Por meio da entrevista, em suas múltiplas formas – desde a confissão e a terapia até as entrevistas jornalísticas e a história oral –, aprendemos a nos monitorar e a relatar nossas descobertas para especialistas na esperança de sermos absolvidos ou curados. Esse automonitoramento e esse autorrelato são moldados pelas expectativas da sociedade e dos especialistas a respeito do que e como relatar (FREUND, 2014). O StoryCorps e formas semelhantes de contação de estórias nos ensinam que a confissão pública e as estórias de sobrevivência ou triunfo pessoal são as únicas maneiras de falar de si<sup>32</sup>? A história oral, argumenta Frisch, “revela padrões e escolhas que, tomados em conjunto, começam a definir o aparato reforçador e selecionador da cultura geral, e os modos pelos quais ela nos encoraja a digerir a experiência” (FRISCH, 1979, p. 76). Assim, uma das questões que precisamos formular com mais frequência e consistência é de que forma os valores neoliberais, as linguagens da terapia e do trauma e o gênero da estória de sobrevivência modelam as autointerpretações dos nossos entrevistados.

Uma tarefa urgente é começar a escrever uma história do fenômeno da contação de estórias. Os historiadores precisam investigar as origens e os fatores que contribuíram para o surgimento desse fenômeno. Ainda que eu tenha tentado alcançar alguns desses objetivos neste artigo, existem muitas outras questões. A contação

---

<sup>32</sup> Como argumenta Gilmore (2010, p. 657-658), um novo gênero de memórias de queda e redenção “substitui outras narrativas de vida, incluindo aquelas que [...] identificavam a natureza sistêmica da privação de direitos, desmascaravam a indulgência da classe média com relação à privacidade e à violência sexual, ligavam o sofrimento e a violência à pobreza e à indiferença do Estado, e desafiavam as práticas leitoras dominantes em torno do contar a verdade”.



de estórias tem raízes no desencanto com as ciências duras, na esteira das duas guerras mundiais, da matança industrializada e da bomba atômica? Devemos ver o discurso sobre a contação de estórias como pertencendo à “novilíngua” neoliberal (BOURDIEU; WACQUANDT, 2001, p. 2-5)? Quais as raízes religiosas da contação de estórias, se é que existe alguma<sup>33</sup>? Qual é, por exemplo, a ligação, se existe, entre a ascensão da contação de estórias e a ascensão do evangelismo desde a década de 1970? Que papel desempenha o fascínio do Ocidente, desde a década de 1960, pelas religiões não cristãs, pela sabedoria indígena, pelas atitudes *New Age*, pelo sobrevivencialismo, pela autoajuda, pelos extraterrestres e outros, na ascensão da contação de estórias (MESERVE, 1977, p. 77)? Como o crescimento da indústria da mídia digital desde a década de 1990 afetou a contação de estórias? De que maneira é construído o mercado de trabalho da contação de estórias sobre as ruínas do jornalismo impresso, da carreira acadêmica e do Estado de Bem-Estar Social? Qual o papel da publicidade? Por que a contação de estórias individual, a confissão e a terapia necessitam de audiências tão grandes quanto se possa imaginar?

Quer seja por intermédio do StoryCorps, de Oprah Winfrey ou da contação de estórias digital, nas sociedades ocidentais do século XXI a entrevista, a confissão e a publicidade estão profundamente entrelaçadas com o individualismo neoliberal e com as indústrias da autoajuda e da tecnologia digital. Os pesquisadores de história oral precisam estudar esse fenômeno social mais amplo, não para desacreditá-lo, mas para explicá-lo e compreendê-lo. Então precisam perguntar como as suas próprias práticas e projetos se relacionam com esse fenômeno. Finalmente, precisam ponderar as ramificações epistemológicas, metodológicas, interpretativas e éticas do (e as respostas ao) entrelaçamento da história oral com

---

<sup>33</sup> Sobre a ordem moral do neoliberalismo, que lembra, de muitas formas, a ordem moral do individualismo na contação de estórias, ver AMABLE (2011). Sobre a ascensão da religião conservadora e do neoliberalismo nos EUA, ver BORSTELMANN (2012, p. 249-257, 275).

as práticas confessionais de massa da contação pública de histórias no Ocidente. Não devemos esquecer que as alegações grandiosas da indústria da contação de histórias – de que seria capaz de curar os indivíduos e a sociedade e de que estaria escrevendo uma história definitiva – desviam a atenção e os recursos para longe das investigações críticas dos fenômenos sociais e históricos. É tempo de nos afastarmos da celebração descerebrada das histórias e da contação de histórias e de nos dedicarmos à tarefa de historicizar a história oral, a entrevista e a contação de histórias.

## Referências

ABELMANN, Nancy et al. What is StoryCorps, Anyway? *Oral History Review*, v.36, n. 2, p. 255-260, 2009.

ADAIR, Bill, FILENE, Benjamin, KOLOSKI, Laura. Introduction. In: ADAIR, Bill, FILENE, Benjamin, KOLOSKI, Laura (Eds.). *Letting Go? Sharing Historical Authority in a User-Generated World*. Philadelphia, PA: Pew Center for Arts & Heritage, distributed by Left Coast Press, 2011. p. 10-15.

AMABLE, Bruno. Morals and Politics in the Ideology of Neo-liberalism. *Socio-Economic Review*, v. 9, n. 1, p. 3-30, 2011.

BBC [*Website*]. The Listening Project. Disponível em: <<http://www.bbc.co.uk/radio4/features/the-listening-project>>. Acesso em: 3 mar. 2014.

BECKER, Dana. *Myth of Empowerment: Women and the Therapeutic Culture in America*. New York: NYU Press, 2005.

BENNETT, Ty; YAEGER, Don. *The Power of Storytelling*. American Fork, UT: Sound Concepts, 2013.

BORSTELMANN, Thomas. *The 1970s: A New Global History from Civil Rights to Economic Inequality*. Princeton, NJ: Princeton University Press, 2012.

BOURDIEU, Pierre; WACQUANDT, Loic. New Liberal Speak: Notes on the New Planetary Vulgate. *Radical Philosophy*, n. 105, p. 2-5, January/February 2001.

BOYD, Brian. *On the Origin of Stories: Evolution, Cognition, and Fiction*. Cambridge, MA: Harvard University Press, 2009.

BROWN, J. S., DENNING, S. GROH, K., PRUSAK, L. *Storytelling in Organizations: Why Storytelling Is Transforming 21st Century Organizations and Management*. Boston: Butterworth Heinemann, 2004.

BRUNER, Jerome. *Acts of Meaning*. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1990.

BRUNER, Jerome. *Actual Minds, Possible Worlds*. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1996.

BRUNER, Jerome. *Making Stories: Law, Literature, Life*. Cambridge, MA: Harvard University Press, 2002.

BRYAN, Brooke. Interview Project. *Oral History Review*, v. 37, n. 1, p. 71-77, 2010.

CALLERO, Peter. *The Myth of Individualism: How Social Forces Shape Our Lives*. 2nd ed. Lanham, MD: Rowman & Littlefield, 2013.

CANFIELD, Jack, HANSEN, Mark Victor. *Chicken Soup for the Soul: 101 Stories to Open the Heart and Rekindle the Spirit*. Deerfield Beach, FL: Health Communications, 1993.

CENTER FOR DIGITAL STORYTELLING [*Website*]. About us. Disponível em: <<http://storycenter.org/about-us/>>. Acesso em: 3 mar. 2014. (2014a)

CENTER FOR DIGITAL STORYTELLING [*Website*]. How it all began. Disponível em: <<http://storycenter.org/history/>>. Acesso em: 3 mar. 2014. (2014b)

COHEN, Noam. David Isay Wins 2015 TED Prize for StoryCorps,

an Oral History Project. *The New York Times*, November 17, 2014. Disponível em: <<http://nyti.ms/11cqenr>>. Acesso em: 17 nov. 2014.

COLE, Alyson M. *The Cult of True Victimhood: From the War on Welfare to the War on Terror*. Stanford, CA: Stanford University Press, 2007.

COMMUNITY EXPRESSIONS [*Website*]. About Community Expressions. Disponível em: <<http://community-expressions.com/about-3/about/>>. Acesso em: 3 mar. 2014.

COX, Allison M., ALBERTS, David H. (Eds.). *The Healing Heart Families: Storytelling to Encourage Caring and Healthy Families*. Gabriola Island, BC: New Society Publishers, 2003.

DENNING, Steve. *The Secret Language of Leadership: How Leaders Inspire Action Through Narrative*. San Francisco: Jossey-Bass, 2007.

DERBER, Charles. *The Pursuit of Attention: Power and Ego in Everyday Life*. 2nd ed. Oxford University Press, 2000.

DESALVO, Louise. *Writing as a Way of Healing: How Telling Our Stories Transforms Our Lives*. Boston, MA: Beacon Press, 1999.

EHRENREICH, Barbara. *Bright-Sided: How Positive Thinking Is Undermining America*. New York: Macmillan, 2009.

ELLIOTT, Anthony. Editor's Introduction, In: ELLIOTT, Anthony (Ed.). *The Contemporary Bauman*. New York: Routledge, 2007. p. 3-18.

FASSIN, Didier, RECHTMAN, Richard. *The Empire of Trauma: An Inquiry Into the Condition of Victimhood*. Trans. Rachel Gomme. Princeton, NJ: Princeton University Press, 2007.

FILENE, Benjamin. Listening Intently: Can StoryCorps Teach Museums How to Win the Hearts of New Audiences? In: ADAIR, Bill, FILENE, Benjamin, KOLOSKI, Laura (eds.). *Letting Go? Sharing Historical Authority in a User-Generated World*.

Philadelphia: Pew Center for Arts & Heritage, distributed by Left Coast Press, 2011. p. 174-193.

FLANNERY, Tim F. *Here on Earth: A Natural History of the Planet*. New York: Atlantic Monthly Press, 2010.

FOUCAULT, Michel. *The History of Sexuality, V. 1: An Introduction*. Trans. Robert Hurley. New York: Vintage Books, 1990.

FREUND, Alexander. “Confessing Animals”: Toward a *Longue Durée* History of the Oral History Interview. *Oral History Review*, v. 41, n. 1, p. 1-26, Winter/Spring 2014.

FREUND, Alexander. Letter to the Editor. *Oral History Association Newsletter*, v.43, n.1, p. 3-6, Spring 2009.

FREUND, Alexander; JESSEE, Erin. “Confessing Animals”, Redux: A Conversation between Alexander Freund and Erin Jessee, edited by Troy Reeves e Caitlin Tyler-Richards. *Oral History Review*, v. 41, n. 2, p. 314-317, Summer/Fall 2014.

FRISCH, Michael. From A Shared Authority to the Digital Kitchen, and Back. In: ADAIR, Bill, FILENE, Benjamin, KOLOSKI, Laura (Eds.). *Letting Go? Sharing Historical Authority in a User-Generated World*. Philadelphia, PA: Pew Center for Arts & Heritage, distributed by Left Coast Press, 2011. p. 134-135.

FRISCH, Michael. Oral History and Hard Times, A Review Essay. *Oral History Review*, v. 7, n. 1, p. 70-79, 1979.

FRISCH, Michael. Oral History and Hard Times, A Review Essay. *Red Buffalo: A Journal of American Studies*, v. 1/2, n. 3, p. 217-231, 1972.

FUREDI, Frank. *Therapeutic Culture: Cultivating Vulnerability in an Uncertain Age*. New York: Routledge, 2004.

GANLEY, Barbara. Foreword. In: LAMBERT, Joe. *Digital Storytelling: Capturing Lives, Creating Community*. 4 ed. New York: Routledge, 2013. p. ix-xi.

GARGIULO, Terrence L. *Stories at Work: Using Stories to Improve*

Communication and Build Relationships. Westport, CT: Praeger and Signorelli, 2006.

GARGIULO, Terrence L. *StoryBranding: Creating Standout Brands Through the Power of Story*. Austin, TX: Greenleaf Books, 2011.

GILMORE, Leigh. American Neoconfessional: Memoir, Self-Help, and Redemption on Oprah's Couch. *Biography*, v. 33, n. 4, p. 657-689, Fall 2010.

GOTTSCHALL, Jonathan. *The Storytelling Animal: How Stories Make Us Human*. New York: Mariner Books, 2013.

HARDY III, Charles, DEAN, Pamela. Oral History in Sound and Moving Image Documentaries. In: CHARLTON, Thomas L., MYERS, Lois E., SHARPLESS, Rebecca (eds.). *Handbook of Oral History*. Lanham, MD: Altamira, 2006. p. 553-554.

HEDGES, Chris. *Empire of Illusion: The End of Literacy and the Triumph of Spectacle*. Toronto: Knopf, 2009.

HERMAN, David. Introduction. In: HERMAN, David (ed.). *The Cambridge Companion to Narrative*. Cambridge: Cambridge University Press, 2007. p. 3-21.

HOFF, Christina, SATEL, Sally. *One Nation Under Therapy: How the Helping Culture is Eroding SelfReliance*. New York: St. Martin's Press, 2006.

ILLOUZ, Eva. *Saving the Modern Soul: Therapy, Emotions, and the Culture of Self-Help*. Berkeley: University of California Press, 2008.

INTERVIEW PROJECT [*Website*]. Disponível em: <<http://interviewproject.davidlynch.com/www>>. Acesso em: 3 mar. 2014.

ISAY, David. *Listening is An Act of Love: A Celebration of American Life from the Storycorps Project*. New York: Penguin, 2007.

JACKSON, Bruce. *The Story Is True: The Art and Meaning of Telling Stories*. Philadelphia, PA: Temple University Press, 2007.

JOHNSON, Anna R. Van Heerden. *The Storytelling Solution to Low Self-esteem*. Maitland, FL: Xulon Press, 2014.

KLEIN, Naomi. *The Shock Doctrine: The Rise of Disaster Capitalism*. New York: Metropolitan Books, 2007.

KURTZ, Ernest; KETCHAM, Katherine. *Experiencing Spirituality: Finding Meaning Through Storytelling*. New York: Tarcher, 2014.

LAMBERT, Joe. *Digital Storytelling: Capturing Lives, Creating Community*. 4 ed. New York: Routledge, 2013.

LAMOTHE, Peter, HOROWITZ, Andrew. StoryCorps. Biltmore Room, Grand Central Terminal, 42d St. between Park and Lexington Avenues, New York, NY 10017. *Journal of American History*, v. 93, n. 1, p. 171-174, June 2006.

LANDSBERG, Allison. Memory, Empathy, and the Politics of Identification. *International Journal of Politics, Culture, and Society* ["Memory and Media Space" - special issue], v. 22, n. 2, p. 222-3, June 2009.

LASCH, Christopher. *The Culture of Narcissism: American Life in an Age of Diminishing Expectations*. New York: Norton, 1979.

LAUNIUS, Roger D. Public History Wars, the "One Nation/One People" Consensus, and the Continuing Search for a Usable Past. *OAH Magazine of History*, v. 27, n. 1, p.31-36, 2013.

LIPMAN, Doug. *Improving Your Storytelling: Beyond the Basics for All Who Tell Stories in Work and Play*. Atlanta, GA: August House, 1999.

LOEHR, Jim. *The Power of Story: Change Your Story, Change Your Destiny in Business and in Life*. New York: Free Press, 2008.

MAZZOCCHI, Rudy A. *Storytelling: The Indispensable Art of Entrepreneurism*. Kingsport, TN: Paladin Timeless Books, 2013.

MESERVE, Harry C. Editorial: The Therapeutic Age. *Journal of Religion and Health*, v. 16, n. 2, p. 77-80, April 1977.

MEYER, Philip N. *Storytelling for Lawyers*. Oxford: Oxford University Press, 2014.

NATIONAL PUBLIC RADIO [*Website*]. Air The StoryCorps Theme, Cue The Tears. 21 out. 2013. Disponível em: <<http://www.npr.org/2013/10/21/236383017/air-the-storycorps-theme-cue-the-tears>>. Acesso em: 3 mar. 2014. (2013a)

NATIONAL PUBLIC RADIO [*Website*]. Air The StoryCorps Theme, Cue The Tears. 21 out. 2013 - transcript. Disponível em: <<http://www.npr.org/templates/transcript/transcript.php?storyId¼236383017>>. Acesso em: 3 mar. 2014. (2013b)

NATIONAL PUBLIC RADIO [*Website*]. StoryCorps, An Oral History of America: Sound Booths Will Record Ordinary People's Life Stories. 23 out. 2003. Disponível em: <<http://www.npr.org/templates/story/story.php?storyId=1475619>>. Acesso em: 3 mar. 2014. (2003)

NATIONAL PUBLIC RADIO [*Website*]. StoryCorps: Sharing and Preserving the Stories of Our Lives. Disponível em: <<http://www.npr.org/series/4516989/storycorps>>. Acesso em: 3 mar. 2014. (2014a)

NATIONAL PUBLIC RADIO [*Website*]. The Lives of Blind Brothers Changed When 'Dad' Came Knocking. 21 fev. 2014. Disponível em: <<http://www.npr.org/2014/02/21/280277459/thelives-of-blind-brothers-changed-when-dad-came-knocking>>. Acesso em: 3 mar. 2014. (2014b)

NATIONAL PUBLIC RADIO [*Website*]. The Lives of Blind Brothers Changed When 'Dad' Came Knocking. 21 fev. 2014 – transcript. Disponível em: <<http://www.npr.org/templates/transcript/transcript.php?storyId¼280277459>>. Acesso em: 28 nov. 2014. (2014c)

O'KEEFE, James H.; O'KEEFE, Joan. *Let Me Tell You a Story: Inspirational Stories for Health, Happiness, and a Sexy Waist*. Riverside, NJ: Andrews McMeel Publishing, 2013.



PECK, Janice. The Secret of Her Success: Oprah Winfrey and the Seductions of Self-Transformation. *Journal of Communication Inquiry*, v.34, n. 1, p. 7-14, 2010.

PIKETTY, Thomas. *Capital in the Twenty-First Century*. Trad. Arthur Goldhammer. New York: Belknap Press, 2014.

POLKINGHORNE, Donald E. *Narrative Knowing and the Human Sciences*. Albany: SUNY Press, 1988.

POZZI-THANNER, Elisabeth. Storycorps. *Oral History Review*, v. 32, n. 2, p. 103-104, 2005.

RIEFF, Philip. *The Triumph of the Therapeutic*. New York: Harper and Row, 1966.

ROSENFELD, Alvin H. The Americanization of the Holocaust. *Commentary*, v. 99, n. 6, p. 35-40, June 1995.

SALERNO, Steve. *SHAM: How the Self-Help Movement Made America Helpless*. New York: Crown Publishers, 2005.

SENTEBALE [ *Website* ]. Disponível em: <<http://sentebale.org>>. Acesso em: 3 dez. 2014.

SHOPES, Linda. “Insights and Oversights”: Reflections on the Documentary Tradition and the Theoretical Turn in Oral History. *The Oral History Review*, v. 41, n. 2, p. 257-268, 2014.

SIMMONS, Annette. *The Story Factor: Inspiration, Influence, and Persuasion through the Art of Storytelling*. New York: Basic Books, 2002.

SIMMONS, Annette. *The Story Factor: Secrets of Influence from the Art of Storytelling*. 2 ed. New York: Basic Books, 2006.

SIMMONS, Annette. *Whoever Tells the Best Story Wins: How to Use Your Own Stories to Communicate with Power and Impact*. New York: Amacom, 2007.

STEGER, Manfred B., ROY, Ravi K. *Neoliberalism: A Very Short Introduction*. New York: Oxford University Press, 2010.

STEIN, Arlene. Feminism, Therapeutic Culture, and the Holocaust in the United States: The Second Generation Phenomenon. *Jewish Social Studies*, v. 16, n. 1, p. 27-53, Fall 2009.

*STEP 5 AA Telling My Story: Hazelden Classic Step Pamphlets*. Center City, MN: Hazelden, 2010.

STORYCORPS [ *Website*]. About Us. Disponível em: <<http://storycorps.org/about/>>. Acesso em: 3 mar. 2014. (2014a)

STORYCORPS [ *Website*]. Frequently Asked Questions. Disponível em: <<http://storycorps.org/about/faqs/>>. Acesso em: 3 mar. 2014. (2014b)

STORYCORPS [ *Website*]. I didn't know that there were other blind people except me and my brothers. Disponível em: <<http://storycorps.org/listen/ollie-cantos-and-leo-nickand-steven-argel/>> . Acesso em: 3 mar. 2014. (2014c)

STORYCORPS [ *Website*]. StoryCorps 10th Anniversary Gala - The Recap!. 1 nov. 2013. Disponível em: <<http://storycorps.org/storycorps-10th-anniversary-gala-the-recap/>> . Acesso em: 3 mar. 2014. (2013)

THE KITCHEN SISTERS [ *Website*]. About. Disponível em: <<http://www.kitchensisters.org/about>> . Acesso em: 3 mar. 2014.

THE MOTH: True Stories Told Live [ *Website*]. Disponível em: <<http://themoth.org>> . Acesso em: 3 mar. 2014.

THE STORY PROJECT [ *Website*]. About. Disponível em: <<http://www.thestoryproject.org.au/about/>> . Acesso em: 3 mar. 2014.

THE TALE OF A TOWN [ *Website*]. What is the Tale of a Town – Canada. Disponível em: <<http://thetaleofatown.com/about-tale-of-a-town/>> . Acesso em: 28 nov. 2014.

TOLAN, Stephanie S. *Change Your Story, Change Your Life*. North Charleston, SC: CreateSpace Independent Publishing Platform, 2011.

TROUILLOT, Michel-Rolph. *Silencing the Past: Power and the Production of History*. Boston: Beacon Press, 1995.

TWENGE, Jean M. *Generation Me: Why Today's Young Americans Are More Confident, Assertive, Entitled — and More Miserable — Than Ever Before*. New York: Simon & Schuster, 2006.

TWENGE, Jean M.; CAMPBELL, W. Keith. *The Narcissism Epidemic: Living in the Age of Entitlement*. New York: Free Press, 2009.

VEROFF, Joseph, DOUVAN, Elizabeth, KULKA, Richard. *The Inner American: A Self-Portrait from 1957 to 1976*. New York: Basic Books, 1981.

WIKIPEDIA [Website]. Organizational Storytelling. Disponível em: <[https://en.wikipedia.org/wiki/Organizational\\_storytelling](https://en.wikipedia.org/wiki/Organizational_storytelling)>. Acesso em: 3 mar. 2014. (2014a)

WIKIPEDIA [Website]. Storytelling. Disponível em: <<https://en.wikipedia.org/wiki/Storytelling>>. Acesso em: 3 mar. 2014. (2014b)

WINEBURG, Sam. *Historical Thinking and Other Unnatural Acts: Charting the Future of Teaching the Past*. Philadelphia: Temple University Press, 2001.

WOLFE, Tom. *The "Me" Decade and the Third Great Awakening*. New York: Farrar, Straus and Giroux, 1976.

WORLDCAT [Website]. Disponível em: <<https://www.worldcat.org/>>. Acesso em: 3 mar. 2014.

WRIGHT, Katie. *The Rise of the Therapeutic Society: Psychological Knowledge and the Contradictions of Cultural Change*. Washington DC: New Academia, 2011.