

FACON – POLO A CASA TOMBANDA
PÓS-GRADUAÇÃO “A ARTE DE CONTAR HISTÓRIAS”

DANILO YABÍKU

A ARTE DE NARRAR HISTÓRIAS NO YOUTUBE

Uma reflexão sobre o ato de contar histórias em uma plataforma de
compartilhamento de vídeos

Orientadora

Prof^ª Ms. Leticia Liesenfeld Erdtman

SÃO PAULO – 2021

RESUMO

Este ensaio é uma reflexão sobre o ato de se narrar histórias no YouTube e seu crescimento durante o isolamento social, devido à pandemia da Covid-19, dialogando com as narrações em vídeos feitas no programa televisivo Rá-Tim-Bum, da TV Cultura, na década de 1990. Tenta-se entender o porquê de se narrar no YouTube, e não em uma outra plataforma, e de que formas esse narrar pode acontecer.

Palavras-chave: Contação de histórias; Plataforma YouTube; Distanciamento social.

Eu criança

Fui uma criança criada na cidade de São Paulo, em um bairro completamente urbano e um pouco perigoso. Devido a esse fato e a outros acontecimentos familiares, brinquei muito sozinho e dentro de casa, o que me aproximou profundamente da programação da TV aberta.

Nasci em 1991 e, como a grande maioria das crianças paulistas nascidas nessa década, cresci assistindo à programação infantil da TV Cultura. Um dos grandes programas desta época foi o *Rá-Tim-Bum*, que trazia diversos quadros que mesclavam conteúdo educacional com entretenimento infantil, sendo voltado especialmente às crianças em fase de pré-alfabetização, de 3 a 7 anos.

Com quadros que estimulavam de formas lúdicas as noções de higiene, ecologia, cidadania e até português e matemática. “Senta que lá vem a História”, “Jornal da Criança”, “O que é?”, e outros quadros trabalhavam questões diversas e educativas. (GONÇALVES, 2020).

Dentro desse programa existia um quadro dedicado à contação de histórias. Lembro-me que me encantava pelos narradores que utilizavam objetos cotidianos como forma de compor as narrativas, como era o caso de Helen Helene. Eu criança assistia àquilo e queria fazer igual. Era libertador saber que um estojo poderia se tornar um lobo ou que uma simples caneta poderia ser outro personagem. Passei a brincar com o que eu tinha, e as coisas eram o que queria que fossem.

Assim como eu, criança, tinha a televisão como companheira e parceira de brincadeiras, percebo que hoje em dia as crianças – de um modo geral – também têm uma companheira e parceira: a internet, em seus aparelhos celulares e com possibilidade de acesso ao YouTube.

O YouTube é uma plataforma digital de hospedagem de vídeos lançada em junho de 2005 e que em pouco tempo cresceu e se expandiu mundialmente. A partir de 2006, o Youtube torna-se uma das subsidiárias do Google. Segundo dados divulgados pela Google, em 2021 o YouTube tem mais de 2 bilhões de usuários logados por mês, com consumo diário de mais

de um bilhão de horas de vídeos e geram bilhões de visualizações em mais de 100 países e em 80 idiomas (ABREU, 2019). E apenas nesses 16 anos de existência já se pode dizer que é capaz de mudar vidas, pois tornou possível a qualquer pessoa que use computador ou celular conectado à internet, postar um vídeo que milhões de pessoas podem ver em poucos minutos. Além disso, ser *youtuber* é uma profissão promissora no mercado audiovisual. A plataforma também deu lugar para que muitas pautas sociais, que antes eram invisibilizadas ou mesmo desconhecidas, conseguissem ter espaços de fala. Muitas pessoas usam a plataforma para que suas histórias e dores tenham mais representatividade e visibilidade, tratando de assuntos como as pautas e lutas da comunidade LGBTQIAP+, o feminismo, o racismo e muitos outros. A internet e as redes sociais como um todo trouxeram democratização da informação e voz para os oprimidos.

Claro que quando afirmo sobre essa democratização, temos que ter em mente que ela se dá até certo ponto, visto que, mesmo no Brasil, ainda há muitos locais onde a internet não chegou ou chegou com péssima qualidade de sinal. Na própria capital paulista existem lugares onde o acesso à internet é uma grande dificuldade, por exemplo, no bairro de União de Vila Nova, mais conhecido como Pantanal, na região de São Miguel Paulista (periferia da cidade de São Paulo) que costumo frequentar. E também é importante destacar que nem todos têm condições ou acesso a equipamentos como: *smartphones*, *tablets*, computadores, *smart TVs*, entre outros.

Quando comparamos a trajetória do YouTube com a história da televisão no Brasil, percebemos o quanto as mudanças no acesso de ambas ocorreram em ritmos diferentes. Por aqui, a TV começa como um artigo de luxo, chegando ao Brasil em 1950 com a ajuda do empresário Assis Chateaubriand, que cria a Rede Tupi, primeira emissora brasileira que reinaria por muito tempo. Em 1956 já existiam 1,5 milhão de aparelhos de TV no Brasil. Sua evolução tecnológica e preços mais acessíveis levaram cinco décadas para tornar o aparelho um item fundamental nas casas brasileiras.

Gilka Girardello tem um texto chamado “A Imaginação Infantil e as Histórias da TV” onde ela diz que:

[...] não se pode analisar o papel da TV sobre a imaginação isoladamente, sem levar em conta três outros fatores: 1.

Quanto tempo a criança passa assistindo à TV. 2. O tipo de mediação adulta, ou seja, a qualidade geral do cotidiano da criança. 3. O conteúdo da programação. (GIRARDELLO, 1999)

Acredito que estes mesmos fatores devem ser levados em conta quando tratamos da criança enquanto espectadora dos vídeos no YouTube. Entender se essa criança assiste ao YouTube pelo celular, *tablet* ou televisão; se assiste ao conteúdo que ela quiser ou se tem a supervisão de um adulto; quanto tempo essa criança fica exposta às telas e de que forma é feito esse consumo.

Hoje temos alguns canais no YouTube que se dedicam a contar histórias para o público infantil. Falando do cenário brasileiro, podemos citar os canais: Varal de Histórias (Juçara Batichoti), Carol Levy, Rúbia Mesquita, Baú da Camilinha (Camila e João), Fafá Conta (Flávia Scherner), entre outros. Esses conteúdos *on-line* já vinham caminhando há algum tempo, mas com o surgimento da pandemia da Covid-19¹, acabaram tendo um papel importante no nosso cotidiano e é a partir desse fato que surge meu interesse – enquanto ator, contador de histórias e criador de conteúdos para internet – em refletir sobre a existência das narrações de histórias no YouTube.

Para a escrita deste artigo trago muito das minhas percepções e reflexões sobre o ato de narrar histórias para YouTube, pois é muito difícil achar alguém que esteja falando sobre a metodologia ou sobre o que é contar histórias nessa plataforma. Para me ajudar a refletir acerca dessa experiência, tive uma conversa com a atriz e contadora de histórias Flávia Schener, do canal Fafá Conta, que em vários momentos trarei para esta reflexão.

O narrar em vídeo

É de extrema importância fazer um recorte sobre qual narração de histórias em vídeo abordo neste artigo. Falo sobre as narrações de histórias infantis, sobre vídeos que visam algum conteúdo artístico e de entretenimento.

¹ A Covid-19 é uma doença respiratória, responsável pela morte de milhares de pessoas em cinco continentes, que chegou ao Brasil no dia 26 de fevereiro de 2020. Como até então era uma doença desconhecida, não existia vacina e nem medicamentos preventivos, tornando o distanciamento social a melhor maneira de prevenção.

Existem algumas diferenças entre a narração de histórias em vídeo e o ato de contar histórias presencialmente. Quando contamos histórias e os ouvintes estão no mesmo ambiente (*in loco*) temos a sua resposta de imediato, conseguimos perceber se estão gostando ou não daquela história, se estão acompanhando o que é contado. Podemos mudar o ritmo da nossa fala para nos adequar melhor a cada público/ouvinte. É possível ter uma conversa, ter interferências, ou seja, é um processo dinâmico.

Em uma narração em vídeo o processo é diferente tanto para quem conta a história quanto para quem a assiste.

Para quem conta: o narrador está contando a história para uma câmera e não para pessoas. Ele (o narrador) não vai ter respostas imediatas do que os ouvintes estão achando da história. Por outro lado, nessa história gravada o narrador poderá utilizar como ferramentas para compor a sua história a própria edição do vídeo, colagem de figuras, áudios, músicas, e as mais diversas opções e possibilidades que possam existir na hora da edição.

Para quem ouve/assiste a história: quando se escuta uma história contada presencialmente, o ouvinte está presente no momento em que a história acontece, no momento em que a história ganha vida. Já na narração em vídeo, a história já aconteceu. Quando o ouvinte/espectador dá o “*play*” a história já ganhou vida e, então, será apreciada em um momento posterior.

Se pensamos em uma narração de histórias em vídeo, para mim é impossível não falar das histórias que existiam no programa infantil Rá-Tim-Bum, da TV Cultura. Os narradores traziam histórias em diversas formas e linguagens, mas a principal e mais marcante para mim era a manipulação de objetos.

Os objetos utilizados para compor uma narrativa de histórias são como as ilustrações de um livro: são companheiros da voz do narrador. A utilização de um objeto ao se narrar uma história pode variar. Por exemplo, se conto que “a mil léguas daqui um pescador decidiu ir ao encontro de Yara e saiu no meio da noite com seu barco” e mostro um barco, isso pode ser meramente ilustrativo/demonstrativo (e tudo bem). Agora, se mostro uma corda e vou

dando vários nós nela enquanto narro: “Joana era muito enrolada, se atrasava todos os dias para chegar ao trabalho, não dormia direito e sempre perdia alguma coisa, ora a carteira ou as chaves de casa”, neste caso a corda e os nós podem, metaforicamente, significar a situação de vida da personagem narrada, que está com a vida cheia de nós que precisam ser desembaraçados. Como diz Kelly Orasi (2013):

[...] recursos ilustrativos que venham a contribuir para a história e impulsionar a imaginação do ouvinte [...] um objeto, por exemplo, pode se tornar um meio de se dizer algo, uma via de acesso a pensamentos e sentimentos até então desconhecidos; sua função pode estar intimamente ligada à metáfora que ele venha transmitir (ORASI, 2013).

No vídeo vemos, então, que os recursos que se somam ampliam o fazer artístico e, portanto, deve-se ter a preocupação com o conteúdo, a linguagem e a forma como são executados.

Diálogos

A ascensão do YouTube no Brasil está intimamente vinculada às perdas da programação da TV aberta para o público infantil. Por décadas a TV era um dos únicos meios de entretenimento infantil, porém, nos últimos anos, essa programação enfraqueceu e praticamente inexistente em muitas emissoras brasileiras.

Os programas infantis estão desaparecendo da TV aberta brasileira. [...] O motivo não está na resolução (163) do Conanda (Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente), de abril do ano passado, proibindo a exibição de comerciais voltados para o público infantil como chegou a ser apregoado. O desprezo das TVs pelas crianças é muito anterior a isso. Bem antes as emissoras já vinham substituindo aqueles programas por atrações dirigidas para um público mais amplo, capazes de atrair uma gama maior de anunciantes, especialmente através do chamado merchandising, prática usual na TV brasileira ainda que proibida pelo Código de Defesa do Consumidor, em seu artigo 36. (FILHO, 2015)

Assim, o YouTube passou a ter um grande aumento de público infantil. Com esse aumento, veio também a preocupação com o acesso aos conteúdos.

Com o passar dos anos, a própria plataforma vem criando novas diretrizes e formas de monitorar esses acessos conforme cada faixa etária, até a criação do YouTube Kids em 2015.

A internet leva uma vantagem ainda maior por permitir escolher o que e como vamos assistir. Não precisamos ficar zapeando canais ou esperando pra começar a atração que queremos. Hoje conseguimos facilmente encontrar o que queremos e, na maior parte das vezes, sem precisar pagar a mais por isso. (FREITAS, 2020).

É importante ressaltar essas informações pois elas impactam diretamente quando falamos sobre a criação de conteúdo para esse público específico. Contudo, apesar de relevante, não me aprofundarei, neste artigo, sobre aspectos legislativos ou técnicos de postagens de vídeos, afinal o que me nutre no momento é levantar reflexões sobre o ato de se narrar histórias no YouTube.

A contadora de histórias e atriz Flávia Scherner criou um canal no YouTube, em 2015, chamado **Fafá Conta**, que hoje possui mais de 252 mil inscritos – e eu sou um deles. Assisto muito ao canal e admiro o trabalho que ela vem fazendo, acho muito boas as escolhas das histórias, gosto da forma que ela conta e a forma como são feitas as edições de seus vídeos. Por isso, entrei em contato com ela que, gentilmente, aceitou conversar comigo em uma video chamada. Alguns assuntos abordados nessa conversa serão apresentados adiante. Também tentei contato com outros contadores e contadoras de histórias que possuem canal no YouTube, mas não obtive respostas.

Uma das primeiras coisas que perguntei para Flávia foi o porquê de ela ter decidido contar histórias no YouTube. Para ela, não existia ainda na plataforma muito conteúdo de qualidade para as crianças, algo mais inteligente, não sendo vídeos de conteúdo vazio ou demasiadamente infantilizados.

Eu, por outro lado, comecei a postar vídeos de narração de histórias no YouTube em 2020, com o início da quarentena provocada pela pandemia da Covid-19, quando os trabalhos presenciais não puderam mais ser realizados. Nesse processo de postagem de vídeos e, ao mesmo tempo, de investigação para este artigo, para mim ficou ainda mais evidente a importância da mediação dos pais, responsáveis e/ou educadores para que as histórias

narradas no YouTube cheguem até as crianças. Hoje a demanda de contadores de histórias no YouTube é grande, isso é inegável, haja vista que existem canais como o “Varal de Histórias”, da Juçara Batichoti, que conta com mais de 460 mil inscritos e mais de 65 milhões de visualizações em seu canal. A oferta de conteúdos infantis é gigantesca e as histórias competem com jogos e produtos que piscam o tempo inteiro na tela para chamar atenção dos pequenos, tornando imprescindível a curadoria de um adulto responsável sobre o conteúdo ao qual a criança tem acesso.

Quando crio vídeos de narração de histórias, permito-me experimentar diversas maneiras de narrar e diferentes linguagens, mas é inegável que a referência do programa Rá-Tim-Bum ainda é muito forte. A potência daquelas narrações me faz ter certeza de que é necessário que existam mais histórias narradas em vídeo que possam chegar a mais pessoas e a locais onde talvez o contador nunca chegaria, se não fosse por meio da internet.

Outro ponto importante a se destacar é que as histórias narradas para o público infantil muitas vezes são denominadas dessa forma como uma maneira de se localizar enquanto produto em um mercado. Mas, na verdade, são conteúdos para todos, independentemente da idade. Muitos pais e/ou educadores que acompanham as histórias às vezes se interessam ou se divertem muito mais que as próprias crianças.

Ainda em conversa com Flávia Schener, ela destacou que muitos brasileiros que moram fora do país assistem ao seu canal com os filhos por ser uma maneira de aproximá-los da língua portuguesa. Flávia ainda me disse que percebeu, principalmente com o início da pandemia, uma procura maior por contadores de histórias, que houve uma maior visibilidade para os contadores e que muita gente nem sabia que isso era uma profissão.

Com as pessoas em casa, as escolas fechadas e a carência por consumir mais conteúdos, a procura por narrações de histórias aumentou, tanto por quem já se interessava quanto por quem também já contava histórias e começou a utilizar mais as redes sociais para fazer o trabalho de narração. Educadores também começaram a usar de vídeos de contações de histórias do YouTube em conteúdos pedagógicos por causa das aulas a distância. E com a internet é possível ver mais contadores, cada um com suas características e suas diferentes formas de narrar e de se utilizar dessa arte.

Mas, e por que a plataforma escolhida pela maioria é o YouTube e não outra qualquer? Qual a necessidade de ser no YouTube? E foi a Flávia quem, novamente, me trouxe a resposta, e com a qual eu concordo plenamente: o YouTube é a maior plataforma para vídeos nos dias atuais. O acesso é simples, você não precisa ter um cadastro, uma conta ou um *login* para acessar, como acontece com o Instagram, por exemplo.

Narrar histórias no YouTube é uma forma de expandir o alcance das histórias e o trabalho do contador, além de democratizar essa arte. Se pensarmos que muitas pessoas não conseguem ter acesso a pontos de cultura, bibliotecas ou qualquer outro local em que o contador possa vir a se apresentar, a internet permite que ele chegue a lugares inimagináveis. Talvez eu, enquanto contador, não consiga chegar fisicamente a muitos lugares por questões financeiras, pela distância física ou mesmo por falta de oportunidades; mas o meu trabalho de contação de histórias no YouTube já chegou em lugares em que eu nunca estive, como em Natal e Brasília. Ou seja, narrar histórias no YouTube é só mais uma forma de fazer contação, mais um ponto de distribuição de arte e um novo mecanismo do fazer artístico.

Eu e o YouTube

Meu interesse pelo YouTube começou em 2014 e cresceu de forma gradativa. Comecei a consumir conteúdos de canais com os quais me identificava, depois conhecia algum outro canal que me interessava ou instigava e passava a assistir vídeos sobre assuntos diferentes. Até que nos últimos anos o meu consumo do YouTube aumentou drasticamente, e percebo que isso aconteceu por vários motivos.

O avanço na capacidade das usabilidades dos *smartphones* com certeza é um dos motivos da ascensão do YouTube, pois em qualquer lugar que estivermos com um celular na mão, com internet, é possível acessá-lo. Um dos motivos iniciais pelos quais deixei de consumir a programação da televisão foi por falta de tempo. Com o celular eu consigo assistir vídeos em qualquer lugar e no tempo que eu quiser. Outros motivos foram a sensação de proximidade

com os criadores de conteúdo e a autonomia de escolher o quê e quando quero assistir.

Conforme passei a consumir os conteúdos da plataforma, despertou-se em mim um desejo de também criar conteúdos para o YouTube, dialogando com o que me interessava, criando possibilidades de expressar a minha arte. Mas somente tive coragem de iniciar um trabalho para o YouTube a partir do início e do avanço da pandemia da Covid-19 e da necessidade de distanciamento social.

Em parceria com mais dois artistas (Vitoria Rabelo e Isaque Patricio), criei um coletivo artístico chamado Companhia do Reconto, onde o foco inicial era trabalharmos com peças teatrais voltadas para o público infantil e também com contações de histórias realizadas de forma presencial. Porém, dadas as circunstâncias da pandemia, todos os nossos planos de trabalho e expectativas financeiras foram abaladas e decidimos, então, levar o nosso trabalho para o “mundo digital”.

Criamos um canal no YouTube que tem o mesmo nome do coletivo. Inicialmente não sabíamos nada sobre como deveria ser feito ou qual a melhor maneira de se executar, e confesso que até hoje (passados já mais de um ano de atividades) ainda não sabemos ao certo como fazê-lo. Com o passar do tempo, fomos percebendo algumas coisas em relação ao nosso conteúdo e tentando ajustar ou mudá-lo radicalmente. Por exemplo, se um vídeo de narração de histórias for muito longo, é bem provável que as pessoas não assistirão esse vídeo inteiro.

Dentro da minha pouca experiência em contar histórias para o YouTube, percebo também que é muito necessário estar apropriado da história (ter estudado o conto, lido algumas vezes, entendê-la e/ou ter o seu entendimento próprio do conto que será narrado), pois assim como numa contação ao vivo o público percebe as falhas – em uma narração gravada a câmera denuncia todas as nossas inseguranças e fragilidades ao contar uma história. Se, assim como os artistas do Rá-Tim-Bum no passado, quisermos que nosso trabalho também marque gerações e infâncias, precisamos encará-lo como uma eterna pesquisa, experimentando e criando sempre. Há muito ainda o que praticar e estudar sobre o assunto. É o fazer e refazer. Como diz o ditado: *é errando que se aprende*, eu digo que, no YouTube, *é fazendo que se aprende e se entende*.

REFERÊNCIAS

ABREU, Leandro. “23 estatísticas do Youtube que comprovam por que a plataforma é uma das maiores redes sociais”. **Rockcontent**. 19 dez. 2019. Disponível em: < <https://rockcontent.com/br/blog/estatisticas-do-youtube/>>. Acesso em: 06 out. 2021.

BURGESS, Jean. e GREEN, Joshua. **YouTube e a Revolução Digital**. São Paulo: Editora Aleph, 2009.

FILHO, Laurindo Lalo Leal. **O fim dos programas infantis na TV**. 2015. Disponível em: <<http://descobrancante.blogspot.com/2015/04/laurindo-lalo-leal-filho-o-fim-dos.html>>. Acesso em: 06 out. 2021.

FREITAS, Carlos. **Por que quase não existe mais programação infantil na TV aberta?**. 2020. Acesso em: <<https://coletivonerd.com.br/programacao-infantil-tv-aberta/>>. Acesso em: 06 out. 2021.

GIRARDELLO, Gilka. **I Jornada de Debates sobre Mídia e Imaginário Infantil**. 1999. Disponível em: <<http://www.construirnoticias.com.br/asp/materia.asp?id=830>>. Acesso em: 06 out. 2021.

GONÇALVES, Ana Beatriz. **Folha de São Paulo**. 2020. Disponível em: <<https://f5.folha.uol.com.br/televisao/2020/02/marcelo-tas-diz-que-professor-tiburcio-quase-ficou-de-fora-do-ra-tim-bum-por-causar-medo-nas-criancas.shtml>>. Acesso em: 06 out. 2021.

ORASI, Kelly. Contadores de Histórias: em busca de uma identidade poética. In: LACOMBE, Ana Luísa M.M. (Org) **Teia de Experiências: reflexões sobre a formação de contadores de histórias**. São Paulo: CSMB, 2013. p. 35-39.

SCHERNER, Flávia. **Conversa concedida para troca de experiências entre contadores de histórias do YouTube.** Abril de 2021. Vídeo chamada via google meet.