

Que história contar?

Escolher o enredo da história

Imaginemos a cena de um filme. Duas pessoas estão a conversar tranquilamente à mesa de um café. A discussão está a decorrer quando explode uma bomba. Os espectadores que assistem à cena ficam surpreendidos. Imaginemos agora uma cena quase idêntica. Foi colocada uma bomba, mas à partida já o sabemos. Vimos o criminoso escondê-la e acertar o relógio para o meio-dia. O café tem um relógio de parede que marca 11h45. A conversa dos protagonistas assume outra dimensão para o público.

É assim que Hitchcock nos ensina qual é a diferença entre surpresa e suspense, recomendando-nos confiar os segredos ao nosso público. De facto, o **público deve estar familiarizado com a situação sempre que possível. É aquilo a que chamamos de posição superior.**

Devemos explorar essa noção de **posição superior** e utilizar enredos simples para maximizar o impacto. Um enredo é uma sequência de acontecimentos que permitem a transformação do nosso herói. Cada acontecimento é essencial pois é a consequência do anterior e a causa do seguinte. Tal como acontece no dominó. Sempre que cai uma peça do dominó, o enredo avança até ao seu desfecho. Devemos, neste caso, optar por enredos de género onde as personagens, os temas, os mundos e os acontecimentos estão predeterminados.

- Em primeiro lugar, “vencer o dragão”. Nesse enredo, o herói vai enfrentar a encarnação do mal. O último Star Wars exemplifica bem essa noção. Começamos por vislumbrar o poder do mal e o herói é desafiado para o enfrentar. A seguir, prepara-se para a aventura. Num primeiro confronto, é o monstro que vence. Finalmente, no último combate, o herói fica por cima e pode assim libertar o seu mundo.

- Segundo enredo: a busca. Neste caso, o herói parte à procura de um tesouro. É a história do “Senhor dos Anéis”. A narrativa é dividida da seguinte forma: o chamamento, a aventura, uma primeira falsa chegada, a última prova e o desfecho após o qual o nosso herói pode trazer o tesouro para casa.
- Em terceiro lugar: a viagem iniciática, um excelente enredo de aprendizagem. É a história de “Alice no País das Maravilhas”. A viagem é diferente da busca. O que interessa aqui não é o destino, mas sim o caminho.

O quarto e último exemplo é o enredo “da miséria à pobreza...”ou o enredo do “desgraçado magnífico” tipo “patinho feio”. No início da ação, o nosso herói encontra-se na penúria. O acontecimento desencadeador da ação é um momento de revelação que lhe dá esperança. Mas esta esperança é sol de pouca dura pois volta a enfrentar dificuldades a ponto de quase desistir. Mas, volta a agarrar o touro pelos cornos e lança-se ao desafio final em busca de sucesso.

Para treinar

Para treinar, não tenha vergonha de se inspirar nas histórias que já conhece. Divirta-se, substituindo as peripécias e os protagonistas por clientes e situações reais ligadas à sua problemática.

A reter



Sempre que possível, o público deve estar a par dos acontecimentos.



Adoramos ouvir histórias que já conhecemos.



Os enredos de género adaptam-se a todas as problemáticas da comunicação.

Para aprofundar, sugerimos....

Capítulo 2º - Percurso “Storytelling: descobrir, treinar e agir!”

- Quais são as chaves de uma boa história?
- Como escolher o tema das suas histórias?
- Como estruturar a sua história?
- Como criar as personagens de uma história?

Para ver, para ler

- Brian McDonald: “Invisible Ink”, 2010
- Christopher Brooker: “The Seven Basic Plots, Why We Tell Stories”, 2005