

Como criar as personagens de uma história?

Criar as personagens da sua história

É a história de um norte-americano que enfrentou um fracasso empresarial. Decide afastar-se e ir para a Austrália numa *surfing trip*. Ele quer imortalizar a sua viagem e contá-la aos amigos. Procura uma câmara suficientemente resistente para filmar as suas proezas. Mas verifica que esse tipo de máquina não existe. Desenrasca-se e fabrica um arnês impermeável para proteger a máquina. Mas este arnês não vai conseguir resistir à água, nem aos embates repetidos. É então que percebe que todos os surfistas andam todos à procura do mesmo. É a partir do seu desejo de dar nas vistas, que vai ser reconhecida a existência de uma necessidade. Esta é a história da câmara GoPro.

À partida, esta história narra um conflito. Um conflito de desejos. E são as personagens que vão materializar esses desejos. A força do storytelling é atribuir um desejo a qualquer objeto animado. Pode ser uma pessoa, um animal ou um extraterrestre, pouco importa. O poço dos desejos é inesgotável. O Tarantino dir-lhe-á que a narrativa se constrói a partir da vingança. Enquanto o Shakespeare hesitaria entre a ambição e o poder. Na realidade, o indivíduo é uma máquina de fabricar desejos.

Quando pensamos nas personagens, não as podemos descrever individualmente. Elas não existem se não estiverem relacionadas umas com outras. Não pense num único herói, mas sim numa rede de heróis.

Então, quem são as minhas personagens? A escolha dos protagonistas que podem compor uma história não é assim tão vasta. Existe o herói, obviamente, e o seu adversário, o aliado do herói, o falso aliado e o falso adversário. É tão simples quanto isso.

Na história da GoPro, o herói é um empresário-surfista cujo desejo de reconhecimento é enorme. A vida empresarial e o surf representam o espírito rebelde perante as grandes empresas e o

establishment (os adversários). O seu desejo vai confrontar-se com o desejo da indústria fotográfica digital que não compreende as necessidades dos surfistas modernos (os aliados). Ao querer satisfazer o seu desejo, o nosso herói vai revelar uma alavanca essencial do storytelling: a necessidade. De facto, em todas as boas histórias, a mudança total ocorre quando o herói satisfaz verdadeiramente a sua necessidade.

Para resumir, uma história constrói-se a partir do desejo dos protagonistas. O que um quer torna-se um obstáculo ao que o outro deseja. A partir daí, é criado um conflito que arrasta o herói para um mundo de acontecimentos e peripécias. É através destas peripécias que compreendemos que o seu desejo é uma ilusão, por contraposição ao que ele realmente precisa para se tornar melhor.

Para treinar a criação de personagens para um pitch ou apresentação, sugiro que o faça a partir dos seus clientes ou utilizadores. Comece por definir os seus desejos: sucesso, reconhecimento, afeto... Faça-os procurar um objeto que possa colmatar essa lacuna. Esse objeto será a sua solução para satisfazer essa necessidade.

A reter



O combustível das personagens de uma história é o desejo.



As personagens da sua história nunca vivem sozinhas.



A necessidade é o verdadeiro motor da mudança.

Para aprofundar, sugerimos....

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

- Quais são as chaves de uma boa história?
- Como estruturar a sua história?
- Como criar as personagens de uma história?
- Que história contar?

Para ver, para ler

- Brian McDonald: “Invisible Ink”, 2010
- John Truby: “The anatomy of story”, 2010