

# Como contar uma história

**Daniel McDermon**

Tradução: Paulo Bocca Nunes

Antes de haver História, havia a narração de histórias. É essencial para nossa identidade humana. As histórias que contamos são como sabemos quem somos. E compartilhar um conto com uma plateia pode ser imensamente recompensador. Mas para novatos, também pode ser aterrorizante. O medo de falar em público é muito comum. Muitos dos maiores artistas do mundo lutaram com um poderoso susto no palco. Então você deve saber que não está sozinho. Estamos aqui para ajudar você a aumentar sua confiança e encontrar sua própria voz.

## Os três Q's: quem, o quê, quando

As coisas que você não diz são tão importantes quanto as coisas que você faz.

## A linha final

Não há como ficar melhor em contar histórias para as pessoas do que contar histórias para as pessoas. Não existe substituto para experiência. “Você só tem que se levantar e fazer isso”, disse Aaron Beverly, que terminou em segundo lugar no campeonato mundial de Toastmasters em 2016. Ele compara a prática de contar histórias a um treino de ginástica. Para construir músculos, os levantadores de peso têm que fazer repetições. E se você quiser desenvolver suas habilidades como orador ou contador de histórias, você também.

O objetivo, disse Beverly, é se sentir tão à vontade no papel que você desempenha no piloto automático. Você constrói uma espécie de memória muscular para o seu corpo, ficando de pé na frente de uma multidão, ou em um palco, e falando. Mas você não precisa fazer tudo em um grande palco. Você pode praticar em uma noite de microfone aberto, em uma reunião como The Moth, ou até mesmo no trabalho, conduzindo uma reunião. Se os nervos estão te segurando, comece o menos possível. Peça a um amigo que ouça e faça um comentário.

Compartilhar uma ótima história é como dar um presente ao seu público, porque ele ficará com a história. Eles podem até mesmo compartilhar mais, da mesma forma que as histórias foram passadas desde o início da vida humana.

## Quem está ouvindo?

Certifique-se de saber quem é o público. Você está conversando com amigos? Estranhos? Colegas Um grande grupo misto? Procure algo que conecte você. Porque você é a única constante, seja qual for a situação. É a sua história. Então,

**Texto original:** How to Tell a Story.

**Autor:** Daniel McDermon

**In.:** The New York Times - Smarter Living.

**Disponível em**

<<https://www.nytimes.com/guides/smarterliving/how-to-tell-a-good-story>>

**Acesso em** 12 de agosto de 2018.

**Tradução:** Paulo Bocca Nunes

(escritor, contador de histórias, professor de Língua Portuguesa, Mestre em Letras Cultura e Regionalidade. Mais informações em [www.pauloboccanunes.com](http://www.pauloboccanunes.com)).

## OBSERVAÇÕES

1. O texto foi encontrado na internet e traduzido sem fins lucrativos.
2. O único objetivo de traduzir o texto é disponibilizá-lo em língua portuguesa e, dessa forma, compartilhar o conhecimento sobre o tema ou assunto para pessoas que tenham interesse.
3. Os Artigos Traduzidos não fazem parte de uma revista eletrônica, nem possui ISBN. Trata-se apenas de uma forma de identificar o seu objeto de texto.
4. A autoria do texto original, em inglês ou espanhol, será preservada bem como a identificação do site em que foi encontrado o texto.
5. Não nos responsabilizamos caso o artigo original ficar indisponível no endereço eletrônico que indicamos. Essa possibilidade pode ocorrer e isso foge da nossa competência.
6. Buscou-se fazer uma tradução a mais próxima possível do texto original, sem fazer adaptações.
7. Quando houver necessidade de esclarecimentos em alguma parte do texto, haverá anotações de rodapé com a observação (N.T.), creditada ao tradutor.
8. Solicita-se que, caso for usado este artigo para qualquer fim, sejam feitas as referências ao autor do texto original, o título original, bem como ao tradutor e o endereço eletrônico em que estará disponibilizado tanto o texto original quanto o texto traduzido.

## ESCLARECIMENTO DE TRADUÇÃO

1. Optamos por traduzir a palavra "storytelling" para "contação de histórias" para sugerir a ideia de contar uma história usando palavras faladas de forma performática, ou em caso de contar através de linguagem de sinais ao vivo que por si só já é performática. Também pelo fato de nos referirmos a "contador(a) de histórias" (storyteller) como aquela pessoa que se dedica à "contação de histórias".
2. Em alguns textos, há expressões que traduzidas ficam: "narrativas orais", "narradores orais", "tradições orais" ou qualquer outra expressão que esteja relacionada a esse tema. A tradução será de acordo com o contexto.

para descobrir o que é certo para qual grupo, você precisa identificar seu próprio relacionamento com o público. Isso pode ser algo tão simples quanto compartilhar uma história de sua infância ao enfrentar um público de crianças. Ou para um público completamente desconhecido, pode significar encontrar uma história com um tópico universal que todos possam se relacionar.

## Que história devo contar?

As histórias mais eficazes e afetivas surgem de algo próximo a você. “A melhor maneira de alcançar todas as pessoas é ir a uma história pessoal”, disse Brenda Wong Aoki, aclamada dramaturga, contadora de histórias e performer. “Todo mundo é um ser humano e todos podem se relacionar nesse nível”.

Quando você ouve uma história como essa, quando consegue relacionar sua própria experiência e compreensão a um falante, isso desencadeia uma reação, um tipo de reconhecimento que leva à empatia. Esse é um fator-chave para descobrir quais histórias você deve contar.

Mas lembre-se que a relação entre um público e um contador de histórias se dá de duas maneiras. Você tem que considerar quem está ouvindo e suas próprias motivações para encontrar a abordagem correta. “É quase tão importante pesquisar seu público quanto encontrar suas histórias”, disse Aoki.

Em sua carreira, Aoki trabalhou com contadores de histórias de várias tradições e enfatizou a importância de se concentrar nas necessidades do público. “Cada história muda de contexto com quem você está dizendo”, disse ela. “Então você precisa alcançá-los sabendo de onde eles vêm”.

Chris Anderson, que tem sido o curador da Conferência TED desde 2002, concordou. “Olhe para isso do ponto de vista do público”, disse ele. “O que eles vão tirar de valor?”. E lembre-se da metáfora do presente. “Se você pensar nisso como sua chance de avançar uma agenda, isso é uma receita para uma conversa chata”, disse Anderson.

## Certifique-se de que você se encaixa na ocasião

Pense no contexto em que você está contando sua história. Você está no palco na frente de pessoas desconhecidas? Ou você está no casamento do seu primo? A última coisa que você quer é deixar seu público desconfortável, então você precisa ler a sala. Se você não tem certeza se sua história é certa para o público, pergunte a alguém que possa estar lá – um organizador ou outro orador faria isso.

Uma maneira simples de se certificar de que seu assunto é apropriado é se concentrar em algo que conecte você e o público. Que experiências você tem em comum? Isso é fácil o suficiente para um grupo de colegas ou uma reunião de família – você tem história juntos e pessoas e conexões diretas em comum.

Mas mesmo que você esteja enfrentando uma audiência de estranhos, a ocasião da sua palestra provavelmente lhe dará algumas pistas. Há uma razão pela qual os oradores da graduação quase sempre mencionam seus próprios anos de escola. Em um casamento ou num funeral, o foco é claro, mas pode ser difícil conseguir o tom certo, então aqui vai um truque: para um evento festivo, acrescente um pouco de seriedade ou sinceridade; em uma ocasião mais sombria, ofereça um pouco de leveza.

O Sr. Anderson descreve duas abordagens variantes para se conectar com uma audiência de estranhos:

- Conquiste-os cedo, tornando-se agradável ou vulnerável com humor ou compartilhando algo pessoal.
- Acalme sua curiosidade colocando uma pergunta que você acabará respondendo em sua palestra.

Mas não assuma que o público saiba tudo o que você faz. Evite o jargão e não espere que todos reconheçam conceitos abstratos ou até mesmo os nomes das pessoas que você pretende mencionar.

“Você não pode dizer tudo”, alertou Anderson. Tenha em mente que há um ponto para contar sua história: você está tentando criar uma experiência na mente de seus ouvintes. Proporcionar aquele ponto chave para o seu público é o seu objetivo. “Concentre-se nisso”, aconselhou Anderson, “e implacavelmente exclua tudo o que não contribui para essa narrativa”.

### Juntar as peças

Não fique obcecado em deixá-lo perfeito no começo. Apenas vá em frente.

## Como estruturar sua história

Existem muitas fórmulas sugeridas para ajudar a estruturar uma história. Uma pesquisa rápida na Web leva você a uma lista dos três C's de contar histórias – ou são quatro C's? Cinco? Seis? Nove? Sinta-se à vontade para confiar em qualquer um desses guias que lhe pareçam úteis, mas tudo o que você realmente precisa são duas coisas: personagens e conflito<sup>1</sup>.

Comece com os personagens, aconselhou o Sr. Beverly. Seja você mesmo, sua família ou outra pessoa, você quer apresentá-los rapidamente. Torne-os vívidos, não simples, em sua descrição inicial e mantenha seus números baixos.

Em seguida, coloque-os em conflito uns com os outros, com alguma força externa ou com o status quo. “Tem que haver algo que desafie esse personagem”, disse Beverly.

A tensão desse desafio é o que faz a história se mover em direção a um ponto de virada ou a um clímax. Você quer que o conflito e a tensão aumentem, aumentando as expectativas do público sobre o que virá depois. Pense em como uma piada bem contada se constrói de forma constante, até que toda a pressão seja liberada pela piada. (A propósito, uma piada é uma história em miniatura. Se você puder contar uma piada, pode contar uma história).

Mas depois do clímax da sua história, você pode querer adicionar um pouco mais. Uma coda ou um último pensamento para deixar a audiência é uma boa maneira de encerrar as coisas sem ser abrupta. Existe uma mensagem para levar para os ouvintes? Um retorno para algo que você disse na abertura? Pense nisso como um aperto de mão de despedida que oferece um pouco de fechamento ao público depois de compartilhar o tempo juntos.

## Como começar

Então agora você tem uma história em mente. Ótimo! Veja como começar a trabalhar nele.

1. Encontre um local silencioso e privado, ligue um gravador de voz – provavelmente há um no seu telefone – e diga-o com suas próprias palavras. Não se preocupe em torná-lo perfeito. Apenas faça.
2. Sente-se e ouça você mesmo. Não se preocupe com nenhum tropeço vocal neste momento. Toda a história está aí? Há coisas que você deseja imediatamente que possa melhorar? Grave novamente, se quiser. Ou prossiga para o próximo passo.
3. Anote como você falou. Parabéns! Você tem seu primeiro rascunho.
4. Percorra e edite o texto. Onde você pode apertar as coisas? Quais linhas ou palavras precisam ser enfatizadas?
5. Agora repita as etapas de 1 a 4 até sentir que é o melhor possível.

## Polimento

Se você realmente quer fazer sua história cantar, você precisa levar o show para a estrada. Encontre-se um público. Para começar, pode ser apenas uma ou duas pessoas, familiares ou amigos em quem você confia. Antes de tudo, certifique-se de informar que está procurando feedback útil, não apenas elogios.

Se você continuar, provavelmente encontrará um pequeno grupo de pessoas que são realmente boas em fornecer orientações úteis e honestas. Preciosidade essas pessoas! E talvez comprar-lhes um doce de vez em quando.

Depois de ouvir o que seu público de teste diz, volte e reescreva. E continue indo. Quanto mais você fizer isso, melhor será a sua história e mais confortável você estará dizendo.

<sup>1</sup> No texto em inglês estão as palavras “*characters and conflict*”, que são traduzidas por “personagens e conflito”. [N.T.]