



Tutorial Storytelling

Autor(es)

Henrique F. Beque

Colaborador(es)

Vinicius V. Facco

Orientador(es)

Everton W. Bocca



21 de setembro de 2020

Sumário

1	Introdução	2
2	Como utilizar o storytelling	3
2.1	Métodos	3
2.2	Storytelling em seus Artigos	3
2.3	Storytelling nos negócios	3
2.3.1	Na prática	4
2.4	Storytelling na educação	4
2.5	O que evitar	5

1 Introdução

StoryTelling é a habilidade de contar uma história de maneira relevante, criativa e persuasiva, utilizando recursos audiovisuais e um enredo elaborado para transmitir ao público uma mensagem inesquecível.

O storytelling pode ser usado, e é muito útil, em muitas das situações que nos encontramos com o desafio de por exemplo, nos apresentarmos em um emprego, ou na realização de uma palestra, na elaboração de um artigo e no próprio mercado de trabalho para surpreender os nossos clientes ou conquistar novos.

Esse método te ensina a transmitir melhor seus pensamentos e idéias se conectando com o público, produzindo um conteúdo único, a partir da sua perspectiva, pois histórias levam o público a uma jornada que gera identificação despertando emoções e seduzindo com facilidade o ouvinte ou leitor.

2 Como utilizar o storytelling

O objetivo de contar uma história é encantar e cativar a audiência. Logo, é importante ter a noção exata do seu público alvo para que a mensagem seja a mais personalizada e assertiva possível.

Como em toda história é importante construir o ambiente, os personagens, o conflito e principalmente a mensagem.

Personagem: O personagem é quem percorre toda a jornada e sofre uma transformação (após superar o conflito) que leva à transmissão da mensagem.

Ambiente: Simplesmente porque os eventos precisam acontecer em algum lugar, tê-lo bem descrito facilita que o público embarque na jornada.

Conflito: o desafio que surge para o personagem a fim de motivá-lo a percorrer toda a jornada, onde o mais elabora prenderá mais a atenção de todos.

Mensagem: é a ideia principal da formação do seu enredo, aquele que você quer transmitir às pessoas.

2.1 Métodos

Conteúdo é história: O mais básico de todos, onde é uma narrativa completa, utilizando todos os elementos acima, pensar em um filme simples de herói e como ele utiliza esses é pensar em como construir uma narrativa nesse método.

Storytelling como parte do conteúdo: Trata-se do uso de uma história que serve de exemplo ou ilustração para facilitar o entendimento de um tema.

História usada como estrutura do conteúdo: Esse é o método mais utilizado no Marketing de Conteúdo. Em vez de apresentar uma história no texto, ele é estruturado com base em uma história e explora vários elementos do storytelling, mesmo que não sejam apresentados de forma clara.

2.2 Storytelling em seus Artigos

Tenha um final onde você leve o leitor ou ouvinte a uma conclusão, subentender a mensagem talvez não tenha o efeito desejado, portanto construa sua narrativa da forma mais simples possível: Introdução, desenvolvimento, conclusão.

Construa uma história com um tema relevante, contendo problemas que possam ser resolvidos.

Surpreenda seus leitores, utilize recursos como plot twists e quebre a expectativa.

Deixe em seu leitor um sentimento positivo, seu principal objetivo é que, no final, sua solução seja apresentada e que ela seja um serviço ou produto oferecido ao leitor. Isso não quer dizer que não deva existir problemas!

2.3 Storytelling nos negócios

Para utilizar o storytelling de forma eficiente em apresentação para clientes, palestras e vídeos é sempre importante seguir alguns passos.

Product Placement: relaciona a sua narrativa com o produto ou o propósito da sua marca.
: Explique o motivo pelo qual a empresa (produto) é referência no mercado.

Personalidade: Use de meios em que a sua mensagem permanece na cabeça dos seus clientes.

Cultura pop: Saiba o que faz sucesso na atualidade em filme, televisão, internet e os utilize para relacioná-los a sua empresa.

Seu produto então deve possuir um conteúdo chave, pode ser informativo, onde agrega valor a partir do conhecimento, pode ser um serviço que vai ajudar a sua audiência, pode ser comunicativo ou então um entretenimento, promovendo uma experiência.

2.3.1 Na prática

Produção de conteúdo: Sabendo que público você quer atingir, pergunte-se: “é complicado fazer entender ou o texto precisa de algo que prenda o leitor? Vou exemplificar com uma história” e a partir disso utilize metáforas para prender o leitor e melhorar o entendimento do que você quer passar. Além disso seja criativo e verdadeiro em seu conteúdo.

Vendas: Mesmo com o domínio do assunto é importante entender que o cliente talvez não entenda claramente o produto que você quer vender. Portanto preste atenção no seu tempo, não enrole demais, crie uma história que transmita sua mensagem de forma sucinta e claro, mas não totalmente direta, lembre-se de envolver o cliente. Pense em qual o objetivo do negócio e como será o ambiente da venda, se você pode utilizar de algum meio de lá para formar sua história.

Concluindo, é importante que você defina a melhor (melhores) estratégias para contar suas histórias, vendo até onde pode explorar esse produto, encontrando a melhor forma de produzir esse conteúdo.

2.4 Storytelling na educação

Na Educação, se refere à contar histórias em sala de aula, realizada oralmente direto para os ouvintes. Em geral, se fala de storytelling para o público infantil, mas na verdade as técnicas são válidas para todas as séries e idades.

Técnicas:

- Contextualização: Antes de chegarmos na história em si, é muito importante contextualizar a situação não apenas para que o aluno se envolva com ela, mas para que ele saiba o que virá pela frente e, com isso, já inicie o processo de acessar suas experiências para compreender o sentido.
- Crie o clima adequado: Escolha um ambiente diferente da sala de aula. A troca de ambiente faz bem ao aluno, pois o tira do local de conforto e faz com ele pense e participe mais. Além disso, personalizar o ambiente de acordo com o tema da história ajuda a oferecer uma experiência ainda mais enriquecedora.
- Traga Objetos: A presença de objetos torna a história concreta e, portanto, mais relacionável para o aluno. Além disso, promove um vínculo afetivo entre professor/aluno/história.
- Explore as imagens. Antes de ler determinada página, peça para os alunos descreverem o que eles veem com perguntas específicas.
- Peça para o aluno imaginar o que acontece em seguida. Você pode, por exemplo, separá-los em grupos e, em alguns momentos, cada grupo poderá dizer como acha que a história se desenvolverá. Essa é uma excelente maneira de envolver o aluno.

- Encene a história enquanto a conta. Mude seu tom de voz, faça gestos, levante e faça movimentos, use diferentes expressões faciais. E peça para o aluno fazer tudo com você. Desse modo, você estará trabalhando com a consciência e controle do seu corpo e das suas expressões.
- Peça para os alunos encenarem a história. Ao final, distribua papéis, com todos ou em grupos, para os alunos encenarem a história. Isso lhes ensinará a ter paciência, pois precisam aguardar a sua vez de entrar em cena; empatia, pois precisarão compreender as emoções dos personagens para encená-los; colaboração, pois terão que se organizar e organizar o espaço para que a história aconteça; criatividade, pois terão que se fazer entender com mímicas ou usando objetos da sala de aula para representar elementos da história.
- Discuta a moral da história. Toda história tem uma moral, muito embora nós, adultos, nos esqueçamos às vezes. Os Três Porquinhos, por exemplo, nos ensinam resiliência. O lobo age assim porque é seu instinto animal, nós não podemos controlar suas atitudes.
- Peça para os alunos criarem um novo final para a história. Dessa forma, poderão, por exemplo, trabalhar com diferenças culturais.

2.5 O que evitar

Não romantize suas histórias, onde tudo acontece e termina de forma fácil e rápida.

Não utilize personagens rasos, padrões ou superficiais, assim a conexão do leitor com ele não será empática, crie personagens com virtudes e erros.

Não transmita a ideia de forma muito direta, envolva o público e transmita sua ideia de uma forma mais cadenciada, mas com um certo limite para não se tornar algo muito longo e entediante.

O Storytelling não é uma receita de bolo, sempre procure modificar e apresentar coisas novas, evite a repetição.

Como um bom exemplo de como fazer um bom storytelling deixo aqui o exemplo de uma palestra: e-Talks | Como fazer apresentações inesquecíveis usando o Storytelling

Referências

<<https://resultadosdigitais.com.br/agencias/storytelling/>>

<<https://comunidade.rockcontent.com/storytelling/>>

<<https://novaescolademarketing.com.br/o-que-e-storytelling/>>

<<https://www.youtube.com/watch?v=Kd5NanCMDNE>>

<<https://www.youtube.com/watch?v=mZprt7SNvNY>>

<<https://www.youtube.com/watch?v=Y5493-cukzM>>