

Oficina de Contação de Histórias

FUNDO NORDESTE
SOLIDÁRIO

Realização: Rede de Fundos Solidários do
Nordeste

Local: ZOOM;

Data: 28/08/2020;

Horário: 14:30h às 17:30h



Rede Vencer Juntos



"As pessoas esquecerão o que Você
DISSE,
esquecerão o que Você **FEZ**,
mas nunca
esquecerão o que Você as fez **SENTIR**."

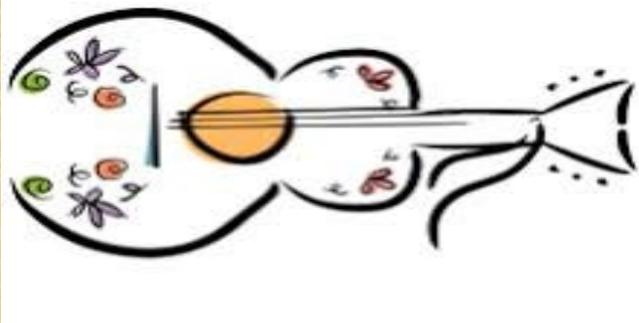




Nosso cérebro responde
A GATILHOS
EMOCIONAIS.



Contar histórias é a fonte
mais poderosa desses
gatilhos.





Emoções que cativam a atenção do Público numa boa história:

- Medo;
- Tristeza;
- Desespero;
- Indignação;
- Compaixão;

- Felicidade;
- Diversão;
- Interesse;
- Surpresa;

- Deleite;
- Prazer;
- Esperança;
- Afeição;
- Empolgação;



A FÓRMULA DA JORNADA DO HERÓI EM 12 SIMPLS PASSOS



Quais os elementos de uma boa história?



Personagem + Conflito + Desejo Esforço/Luta + Mudança

Antes -----> Depois



shutterstock.com • 1526554856





[Esta Foto](#) de Autor Desconhecido está licenciado em [CC BY-ND](#)

Bondade / Maldade
Herói / Vilão
Felicidade / Sofrimento

Montanha russa das emoções ...



[Esta Foto](#) de Autor Desconhecido está licenciado em [CC BY-NC-ND](#)



[Esta Foto](#) de Autor Desconhecido está licenciado em [CC BY-SA](#)



Roteiro para a história:

1- Quando conheci Maria, ela era ...fazia ... sofria ...

(pessoa específica, conflito, problema)

**2- Seu maior sonho era de, já havia tentado de conseguir ... Quase desistiu
(---Desejo, sonho);**

**3- Maria começou participar fazer. Inicialmente, dificuldades, problemas. --
- (início da luta, do esforço. Provações);**

**4- Com as formações, melhorou, Maria conseguiu ... falar de
resultados/conquistas específicas ---- (processo de superação);**

**5- Hoje, Maria é outra pessoa. Ela já conseguefez um curso assumiu um
cargo.**

Impacto: Mudança/transformação aconteceu





Tarefa (na oficina):

Re-escrever sua história com base nos elementos que aprendemos...



Para ter impacto, uma boa história precisa:

- 1. ser autêntica;***
- 2. ser breve (para redes sociais, 2-4 minutos);***
- 3. clara e específica;***
- 4. gerar engajamento emocional: descrever detalhes de cheiros, sabores, cores, sons/barulhos. Citar frases de diálogo. Isso faz surgir um filme na mente do público;***
- 5. quando fala do impacto, a transformação, citar resultados exatos, específicos, inclusive indicadores quantitativos.***



PUBLICAÇÃO
EM MASSA

TIPOGRAFIA
MÓVEL

E-MAIL

TWITTER

PRIMEIRA
PALAVRA
ESCRITA

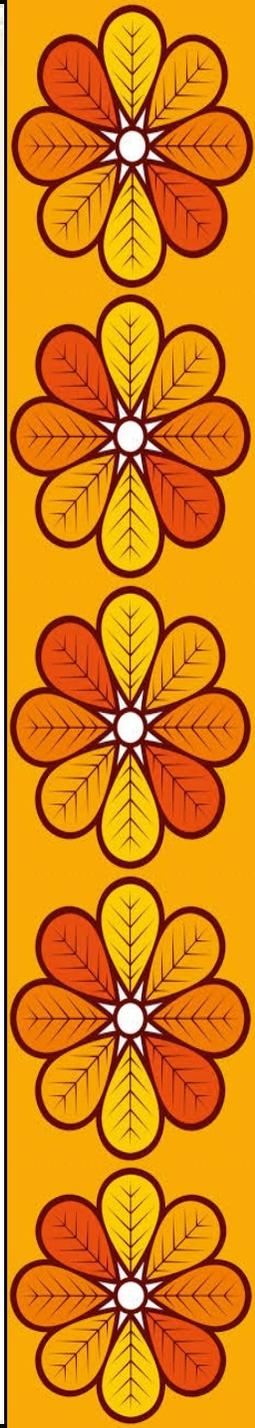


140
CARACTERES.
O QUE MAIS
HA A DIZER?

TWEET
TWEET

A EVOLUÇÃO DA
COMUNICAÇÃO

Gordo
nerd



Precisa cativar a atenção do público nos primeiros 30 segundos!!!

Importância da abertura



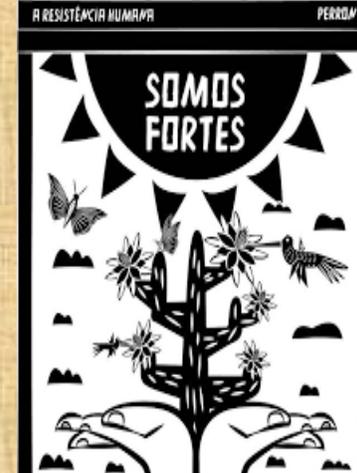
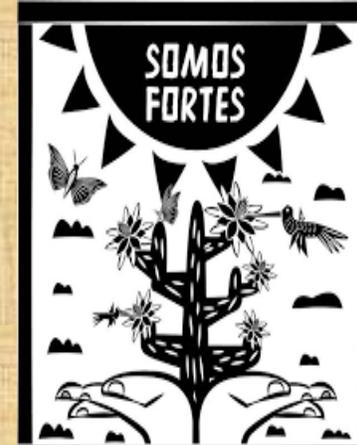
Quem conta a história, 3 possibilidades:

1- O sujeito/a participante conta sua história. Ideal, mas nem sempre viável.

2- O/a agente/educador(a) popular conta sua história, falando da transformação, do impacto provocado pelo projeto, e da transformação pessoal que vivenciou.

3- O/a agente/educador(a) popular conta a história de um(a) participante.

Quando se opta pela alternativa 3, e o meio é audiovisual, pode misturar a voz do agente com imagens da participante, e incluir um breve depoimento da participante. Misturar 1 e 3.





Tarefas/encaminhamentos depois da oficina:

- 1- Lista de 3 participantes que têm uma história de impacto e sabem conta-la;
- 2- Lista de 3 participantes que têm uma história de impacto, mas é melhor o/a agente contar;
- 3- Redigir e gravar sua história (agente/educador(a));
- 4- Identificar pessoas/jovens, profissionais ou leigos com interesse/vocação que já receberam alguma formação ou têm experiência para ajudar na produção de peças de comunicação (fotos, audios, vídeos)
- 5- Se possível, redigir/gravar as histórias das pessoas identificadas (pontos 1 e 2).

