

## O que é o storytelling?

---

### Definir o conceito de storytelling – Definição e origens

Esta é a história de Chuck Noland, um engenheiro da empresa FedEx. Viaja pelo mundo inteiro para otimizar os prazos de entrega. Após um problema num centro de distribuição, recebe um telefonema na noite de Natal para resolver a situação. O seu avião levanta voo antes da meia-noite, mas despenha-se em pleno Oceano Pacífico. Como Robinson Crusóé, ele consegue sobreviver durante mais de quatro anos com a ajuda dos objetos que se encontram nas embalagens transportadas no mesmo avião. Este é o resumo do filme “O Náufrago”, um verdadeiro spot publicitário para a FedEx. Isto é storytelling, uma história ao serviço de uma mensagem.

O storytelling é a técnica para criar e contar histórias. Uma ferramenta aplicável a praticamente todos os formatos de comunicação: discurso, pitch, website, publicidade ou keynote. É uma arte ancestral, aperfeiçoada por milhões de autores antes de nós. Mas qual é a sua origem?

Embora a arte de contar histórias seja universal, foram os Estados- Unidos que desenvolveram o uso e as técnicas desse know-how. Essa jovem nação fez tudo em modo acelerado. Depois de ter massacrado os índios, foi palco de uma revolução e de uma guerra civil em poucas décadas. Construiu-se a partir da colonização e da escravatura como vários outros países, mas com um ritmo muito mais rápido. Então, o que acha que aconteceu? Qual foi a ferramenta utilizada para construir e veicular a cultura? Bingo! Foi o storytelling.

Em seguida, o processo foi industrializado. O storytelling transforma-se numa técnica com regras, know-how e sobretudo indústria: Hollywood. Os estúdios organizaram rapidamente a sua maneira de produzir histórias. Os argumentistas trabalham em equipa a partir de processos específicos. As narrativas acabam por apresentar elementos recorrentes: estrutura, ritmo, personagens....

**A técnica é eficaz porque por um lado, baseia-se mais na demonstração que na explicação. Além disso, é fonte de prazer.** O prazer de ouvir, de ler, de olhar. Somos viciados em histórias.

Na era digital, o storytelling, vai muito para além de Hollywood, e é agora um meio para chamar a atenção e transmitir informações em todos os setores. Na Europa, como apareceu com a comunicação política, teve durante muito tempo uma conotação pejorativa associada à manipulação e à evangelização.

Agora que prevalece a economia da atenção, o storytelling já não é sinónimo de lavagem ao cérebro, é uma marca de qualidade. É um termo que está na moda e que todos querem: as marcas, os jornalistas, os políticos... **Se nós sabemos contar-lhe uma história é porque não estamos a brincar consigo. Tenha confiança em nós. O nosso produto ou serviço vale a pena.**

## Para treinar

---

Durante a nossa infância, fomos todos embalados por histórias que nos marcaram: a história de um filme, de uma pessoa... Para se familiarizar com o storytelling, convido-o a descodificar várias histórias que o tenham marcaram: comece por juntar e classificar instintivamente aquelas que gosta de ouvir. Depois, tente identificar os elementos que lhe parecem ser recorrentes: personagens, reviravoltas, desfecho...

## A reter

---



O storytelling é a arte de criar e contar histórias.



O storytelling foi teorizado e industrializado pelos norte-americanos.



O storytelling baseia-se na demonstração e é fonte de prazer.

## **Para aprofundar, sugerimos....**

---

### **Capítulo 1º - Percurso “Storytelling: descobrir, treinar e agir!”**

- Porquê utilizar o storytelling?
- Quando podemos utilizar o storytelling?

## **Para ler**

---

- **Christian Salmon “Storytelling, la machine à fabriquer des histoires et à formater les esprits”, 2007**  
(versão em espanhol: “La máquina de fabricar historias y formatear las mentes”)
- **Seth Godin, “All marketers are liars”, 2011**