

Porquê utilizar o storytelling?

Determinar a utilidade do storytelling

Há dezassete mil anos, um iluminado começou a desenhar nas paredes da gruta onde dormia. Ele satisfez uma necessidade. As suas pinturas estão bem ordenadas e constituem as primeiras metáforas do tempo e do espaço.

Mas esta necessidade de contar histórias é alimentada sobretudo graças à linguagem. Nos primórdios da Antiguidade, as histórias eram transmitidas verbalmente. Mais tarde, na Grécia, a escrita permite estruturar as histórias e fazê-las perdurar, como é o caso da Ilíada e da Odisseia, escritas nos séculos III e IV A.C. Posteriormente, Gutenberg inventa a imprensa e permite difundir a Bíblia em toda a Europa.

De facto, é na perturbação da relação mensagem/suporte de transmissão que a humanidade muda e evoluiu.

A revolução digital faz parte desta mudança. O storytelling surge para ajudar a compreender esta Nova Era, dando sentido a toda esta confusão. Assim, todos nós, indivíduos, organizações e marcas, sentimo-nos na obrigação de inventar uma narrativa digna de ser ouvida, partilhada e com muitos “likes”.

As grandes narrativas estão carregadas de sentido. Permitem criar e veicular uma cultura dentro de uma família, de uma cidade, de um país e claro, dentro de uma organização, de uma associação, de uma empresa ou de um partido político. São as histórias que fazem a História com H maiúsculo.

Nós somos uma construção narrativa. É assim que funcionamos. Logo à nascença, é-nos dado um nome, um apelido; temos pais, antepassados... Nascemos num bairro, numa cidade, numa região, num país, num planeta. Todos estes elementos contêm histórias e contam eles próprios uma história. Até a forma como nos ensinam se baseia em histórias. Estamos dependentes das histórias desde a nossa infância.

De facto, neste planeta, somos a única espécie animal com um destino. Ensinam-nos desde cedo que temos um princípio e vamos ter um fim. Construir uma história em torno de cada coisa permite-nos dar-lhe uma razão de ser. Ficamos assim com a sensação de que os acontecimentos têm causas e efeitos. Que as nossas vidas têm um sentido.

Utilizar o storytelling é quase a forma mais natural de comunicarmos e por vários motivos:

- 1 – É uma necessidade que se inscreve no nosso património genético.
- 2 – O storytelling permite-nos dar um sentido às coisas e assimilar a noção de tempo
- 3 – O digital permite criar e divulgar facilmente as nossas histórias
- 4 – O storytelling também volta a dar um sentido e coerência à comunicação, nomeadamente nas organizações

Para treinar

Sugiro que dê uma atenção especial às histórias que se desenrolam à sua volta. Escolha uma marca ou uma figura pública de quem gosta. Veja como contam a sua história e como isso vai influenciar o seu interesse por elas. Tente aplicá-lo a si próprio e observe o que acontece.

A reter



O storytelling é uma técnica que se inscreve no património da humanidade.



Construir uma história a partir da nossa vida dá-lhe um sentido.



A grande revolução digital é propícia ao desenvolvimento do storytelling.

Para aprofundar, sugerimos....

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

- O que é o storytelling?
- Quando podemos utilizar o storytelling?

Para ler

- Roland Barthes, “Mitologias”, 1957
- Thomas Jamet, “Renaissance mythologique. L’imaginaire et les mythes de l’ère digitale”, 2011
- Michel Serres, “Polegarzinha”, 2012 | “Thumbelina: The Culture and Technology of Millennials”