

POR QUE USAR NARRATIVAS DIGITAIS PARA CONTAR HISTÓRIAS

Por que o *storytelling* digital é importante e o que este guia lhe oferece

Por que contar histórias

Toda pessoa tem o poder de contar histórias – de sua vida e das comunidades às quais pertence. Essas narrativas são capazes de construir relacionamentos e gerar empatia entre diferentes grupos. Histórias mobilizam indivíduos a agirem e se envolverem. Elas tocam o coração das pessoas e contribuem para que uma situação se torne mais que um fato ou uma manchete nos jornais. As nossas narrativas fazem com que acontecimentos e experiências sejam lembrados. E especialmente no caso da crise climática, precisamos que pessoas em todo o mundo contem suas histórias, relatando suas realidades, vitórias e esperanças. Se formos capazes de inspirar nossas comunidades a escutar, enxergar e documentar o que está acontecendo ao redor delas, poderemos engajar ainda mais pessoas na luta pelas mudanças que necessitamos.

Não há uma história única sobre as mudanças climáticas. Elas impactam a todos, mas de modo extremamente variado. Por isso, precisamos de mais gente contando histórias que nos ajudem a falar sobre suas realidades e sobre as mudanças climáticas que todos estamos enfrentando.

Precisamos de muitas perspectivas e ideias. Para criar ações climáticas significativas e de longo prazo, devemos abordar a questão do clima de modo amplo. Não apenas falar sobre desastres e grandes protestos, mas também sobre resiliência e atos cotidianos de coragem.





Tipos de narrativas digitais

As narrativas digitais são variadas.

- 1 Narrativas pessoais:** compartilhamento de experiências e aprendizados individuais.
- 2 Narrativas de campanha:** divulgação de histórias por trás do lançamento de uma campanha, abordando por que ela é importante para você.
- 3 Reportagem digital:** documentação de ação ou evento específico, usando ferramentas digitais e compartilhando a narrativa com o público no ambiente online.
- 4 Narrativas comunitárias:** comunicação de histórias coletivas, que pertencem a um grupo de pessoas.

Esperamos que este guia ajude você a aperfeiçoar suas habilidades em todos esses tipos de narrativas. No entanto, nosso foco são os três primeiros.

O que este guia oferece

Neste guia, vamos ajudar você a:

- Aprender a encontrar a sua história. O que você quer contar?
- 📱 Decidir quais ferramentas digitais adotar e como utilizá-las. Vamos nos concentrar em narrativas escritas, fotográficas e audiovisuais.
- 📺 Aprender noções básicas de edição de vídeo e fotografia.
- 🔗 Compartilhar suas narrativas de forma estratégica.

O que você necessita

Graças ao avanço de tecnologias como os smartphones, nunca foi tão fácil criar narrativas digitais.

Você não precisa de uma câmera ou um laptop de última geração para contar suas histórias no meio digital. As dicas e táticas que vamos compartilhar são úteis para qualquer pessoa que tenha um smartphone e um plano de acesso à internet. Fique à vontade para usar todos os recursos aos quais você têm acesso.



ENCONTRE A SUA HISTÓRIA

Antes de escolher uma ferramenta digital, reserve um tempo para identificar a história que você deseja contar e o que exatamente você quer comunicar.

O seu relato importa

Para criarmos um movimento climático vibrante, será necessário mais do que uma meia dúzia de porta-vozes famosos compartilhando suas ideias e catalisando mudanças. Alcançar esse objetivo demanda que todos se expressem e falem diretamente

com as suas comunidades. Afinal, você conhece a sua comunidade melhor do que ninguém. VOCÊ pode ser a pessoa capaz de mobilizá-la a fazer parte do movimento por justiça climática.



A estrutura de uma história

O modelo que adotaremos foi desenvolvido por Marshall Ganz, professor da Universidade de Harvard que ajudou muitas pessoas a se tornarem grandes ativistas. Ele usa o termo "narrativa pública" para explicar ideias em torno de relatos e transformação social.

Ganz afirma que "uma boa história pública nasce de uma série de escolhas que estruturaram a 'trama' de uma vida – **os desafios** que você enfrentou, **os caminhos** que você buscou e **os desfechos de suas experiências**".

Uma boa história pública pode ser dividida em três elementos:

- 1** A sua **história**: por que você foi convocado para o papel que você desempenha.
- 2** A nossa **história**: o que sua comunidade ou organização foi convocada a fazer – sua visão, seus propósitos e seus objetivos.
- 3** A história **atual**: o desafio que essa comunidade enfrenta neste momento, as escolhas que precisam ser tomadas e a experiência à qual "nós" podemos aspirar.

Ao ligar esses pontos, você consegue contar inúmeras histórias e engajar muitas pessoas de forma efetiva.



Para começar a criar sua narrativa pública, imagine-se diante de uma plateia que você deseja estimular para aderir ao seu trabalho.



1 A sua história

Aqui vai um exercício para você. Tome um tempo para pensar sobre a sua trajetória.

DESENHE

- 1 Pegue uma folha grande, canetas e marcadores de texto.
- 2 Marque 15 minutos no cronômetro
- 3 Desenhe no papel a trajetória que você percorreu em sua vida até agora.
- 4 Como dissemos antes, pense nos desafios, nas escolhas e nos desfechos que fizeram você chegar aonde está. Quem foram as pessoas que influenciaram você?

Algunas personas lo dibujan como un río, otras como un mapa. La forma que tú quieras darle estará bien.



Lembre-se:

Criar a sua e a nossa história – e uma história atual – é uma experiência edificante. No entanto, pode ser um processo emocionalmente intenso. Reflita se você está em condições de experimentá-lo. Se for o caso, peça ajuda a um amigo. Outro ponto importante: a narrativa vai mudar ao longo de sua vida. Trata-se de um trabalho em construção.



ESCREVA

- 1 Dê um passo para trás e observe o seu desenho. Quais padrões e temas você identifica?
- 2 Escreva três frases que ofereçam uma visão geral das principais escolhas que fizeram você chegar ao lugar onde está atualmente.

2

A nossa história

Mudanças acontecem rápido quando agimos juntos. Reflita sobre as comunidades às quais você pertence e quais valores seus integrantes compartilham. Quem você gostaria de envolver na sua campanha? As pessoas que dividem uma crença com você? Colegas ou ex-colegas de escola ou da faculdade? Membros da sua família? O que é importante para vocês?

DESENHE

- 1 Pegue outra folha de papel. Marque 10 minutos no cronômetro.
- 2 Faça um desenho da sua comunidade.
- 3 Depois escreva num papel as palavras que você poderia usar para descrevê-la. Qual o fio condutor que as une?

ESCREVA

Olhe por um tempo para o desenho e para a nuvem de palavras. O que chama a sua atenção?

- 1 Escreva duas frases sobre as pessoas que você deseja envolver nesse trabalho. Quem são elas? Quais são seus valores?

3

Uma história atual

Agora pense: qual é o desafio urgente que você está tentando superar? E por que isso é importante neste momento? O que as pessoas podem fazer para resolvê-lo?

DESENHE

- 1 Pegue outra folha de papel. Marque 10 minutos no cronômetro.
- 2 Feche os olhos e imagine o futuro. Como seria se todos trabalhássemos juntos? O que pode acontecer se a sua campanha for bem-sucedida?
- 3 Agora desenhe esse cenário.

ESCREVA

- 1 Dê um passo atrás e pense.
- 2 Escreva duas frases. Qual é a ação urgente para a qual você deseja mobilizar as pessoas? E por que agora?





Ligando os pontos

Agora você tem um esboço de histórias – a sua, a nossa e a do momento atual.

- Reúna as frases, fazendo os ajustes necessários para formar um parágrafo. Leia o que escreveu em voz alta para você mesmo e para um amigo.
- Busque uma imagem que represente a sua história – se possível, uma de sua autoria.

Pronto. Bem-vindo ao começo da sua narrativa pública!

Próximos passos

Usar uma narrativa pública e ferramentas para organizá-la e comunicá-la pode ser útil de diversas maneiras. Dependendo da história que você vai contar, lembre-se de reservar um tempo para pensar sobre:

- As escolhas e desafios que levaram a este momento.
- Os valores que as pessoas compartilham.
- As ações que podem ser implementadas.
- O motivo da urgência coletiva.
- A visão de onde você quer chegar.



COMECE A CRIAR

Explorando os fundamentos das narrativas digitais – com foco em textos, fotos e vídeos.

Crie um esboço

No último módulo, você percorreu alguns elementos de uma boa história e refletiu sobre como a sua personalidade se relaciona a uma determinada questão.

Antes de sair correndo para pegar seus equipamentos, tome um tempo para esboçar um planejamento. Mapeie suas ideias e o que você quer dizer.

Aproveite para pensar sobre:

- **Quem você quer que saiba da sua história e por quê?**
- **O que você quer que as pessoas façam depois de tomar conhecimento dela?**

Escolha o meio

Há muitas formas de contar uma história no ambiente online. Este treinamento terá como foco **textos, fotos e vídeos**, que são elementos fundamentais dessas narrativas.

Você precisa escolher qual ferramenta vai usar.

Pense no público: Quem você deseja alcançar? Qual será a forma mais efetiva de atrair a atenção dessas pessoas? Como é o acesso delas à internet? Que tipo de banda ou pacote de dados elas possuem?

Pense sobre sua capacidade, suas habilidades e seus recursos tecnológicos: O que você tem ao seu dispor? Quanto tempo você tem? Como você se sente mais confortável em trabalhar?

Lembre-se: você não precisa de equipamentos de última geração para ser eficiente. Basta um pouco de criatividade.



Dicas de criação



REDAÇÃO

Escrever posts em blogs ou artigos pode ser uma excelente forma de contar suas histórias para um público mais amplo. Aqui vão algumas sugestões:

- Em que medida o seu público está familiarizado com o assunto? Reflita sobre formas de explicar as questões para que o máximo de pessoas entenda. Antes de começar a redigir, experimente explicar a sua ideia em voz alta para alguém.
- Comece com um gancho: existe alguma anedota ou fato que possa ajudar a conectar as pessoas com a história? O primeiro parágrafo é muito importante.
- Use a voz ativa. Exemplo: "A comunidade exige respostas". Ou seja, o sujeito da frase realiza a ação, ao contrário do que acontece na voz passiva. Exemplo: "Respostas são exigidas pela comunidade".
- Descreva a situação de forma breve e amigável. Por vezes, frases curtas são as mais poderosas.





Dicas de criação



FOTOGRAFIA E VÍDEO

Dicas para fotos:

Iluminação: verifique onde há luz. Encontre a melhor iluminação onde haja menos sombras.

Enquadramento: como a sua posição muda o sentimento que a foto transmite? Movimente-se. Fotografe de longe, a uma distância média e bem de perto. Desloque-se para lugares mais altos e mais baixos.

Mensagem: qual história você quer contar? Como vai apresentá-la?

Certifique-se de que alguns elementos de sua mensagem possam ser vistos na imagem. Há um cartaz que você queira que apareça? Qual é a energia e o sentimento que as pessoas estão transmitindo na foto?

Fundo: cuide o que está aparecendo atrás da cena em destaque. O que o fundo acrescenta à história? Ele pode distrair quem vê a imagem? O que ele comunica em relação à história?

Quando você estiver gravando vídeos, é bom lembrar de tudo isso e de algumas orientações específicas para imagens em movimento:

Estabilidade: certifique-se de que a câmera está numa posição estável. Você pode improvisar um tripé ou uma sustentação com objetos que estão à sua volta. Cuide para que cada captação dure pelo menos 5 segundos.

Áudio: captar um áudio de qualidade é essencial. Aproxime-se de quem você estiver entrevistando. Procure se afastar de ruídos altos ou que possam distrair os espectadores. Se possível, use um microfone. Se for realmente difícil captar o som, você pode incluir uma narração ou legendas na edição do vídeo.



IMPORTANTE!

- Tome um tempo para construir uma relação com as pessoas que você vai fotografar ou entrevistar. Relacionamento é fundamental!
- Consentimento também é muito importante. Garanta que todo mundo que participa da sua narrativa saiba o que você fará com o material captado. Certifique-se de que as pessoas com quem você tem contato se sintam confortáveis com a iniciativa e ofereçam seu consentimento.
- Para entrevistas, lembre-se de fazer perguntas abertas – ou seja, que não possam ser respondidas simplesmente com sim ou não.



OUTRAS IDEIAS CRIATIVAS

Há inúmeras formas de contar histórias:

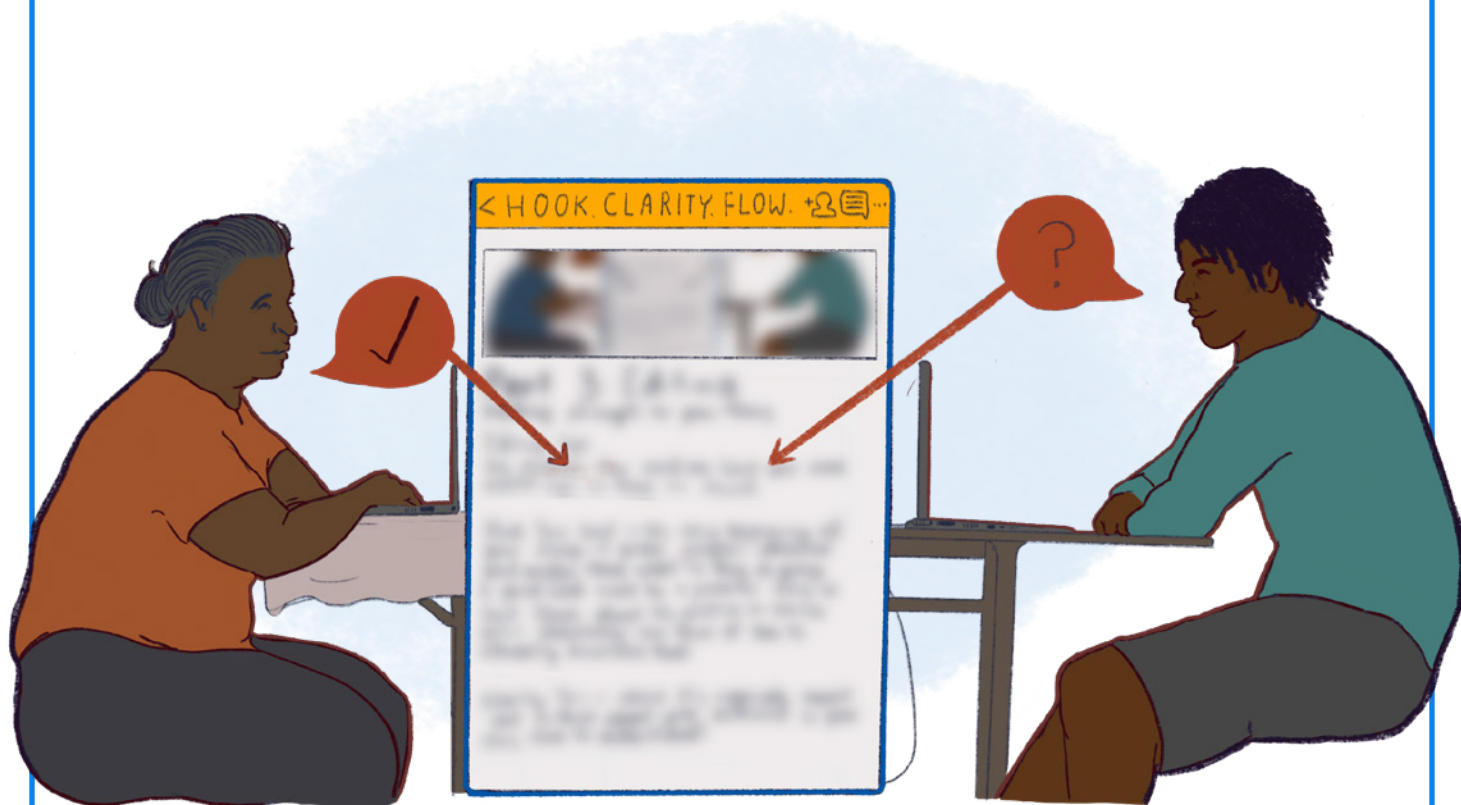
Use objetos: o uso de objetos pode ser um ótimo caminho. Defina um tema – pode ser pequeno como uma joia ou grande como um rio. Conte uma história usando diversos itens.

SMS e textos curtos: você pode mobilizar as pessoas por SMS – uma ótima opção para pessoas com telefones de tecnologia menos avançada. Você pode enviar atualizações e histórias curtas por mensagem de texto à sua comunidade.

Fantoches e animações: você também pode contar histórias fazendo uma apresentação de fantoches ou criando uma animação.

Peças e performances: você pode usar relatos e histórias orais e transformá-las em peças e performances – uma forma excelente de proteger a identidade dos participantes e se envolver com o público.

Podcasts e documentários em áudio: o áudio é uma ferramenta muito poderosa – com criatividade, você pode produzir narrativas impactantes e com profundidade.



EDIÇÃO

Reforçando sua narrativa para torná-la mais clara e envolvente.

Depois de concluir o primeiro esboço da sua história, reserve um tempo para fazer edições que a tornem ainda mais potente.

Dicas de edição

Não importa o meio, aqui vão algumas dicas úteis para se ter em mente:

Gancho: o gancho é onde começa a sua história – ele capta a atenção das pessoas e faz com que elas queiram seguir assistindo. Um bom gancho pode ser um relato potente ou um fato. Pense no problema ou na solução que você está apresentando – agora imagine uma forma atrativa de mostrar isso.

Clareza: este ponto é especialmente importante no que diz respeito ao público. Sua história é facilmente compreensível? Por exemplo: se você está tentando falar com jovens de diversos países, mas está usando informações muito específicas do contexto onde você vive, será que as pessoas vão entender o que está sendo narrado? Cuidado para não usar muitas siglas e termos técnicos.

Fluidez: sua história flui bem do início ao fim? É possível se situar de forma rápida ao longo da narrativa? Pense na sua história como um caminho de pedras em um córrego: como as pessoas podem pular, de forma segura, de uma pedra para a seguinte?

Procure um amigo ou orientador: é realmente difícil criar uma história potente sem ajuda. Procure um amigo ou alguém que você respeite e pergunte se ele ou ela podem dar uma olhadinha no que você está fazendo. Acolha bem elogios e críticas!





Redação

Há muitos guias sobre como se sair bem ao escrever. Aqui vão apenas algumas dicas acessíveis que queremos destacar:

Leia em voz alta: um truque simples para um bom texto é lê-lo em voz alta – isso ajuda você a encontrar erros comuns e a dar mais fluidez para o texto.

Simplicidade: apesar do senso comum, palavras pomposas não tornam um redator mais qualificado. Por vezes, frases breves e amigáveis são as melhores. Revise seu texto e livre-se de palavras e parágrafos desnecessários. Encontrou uma frase muito longa? Divida-a em duas ou mais!

Voz ativa: a boa escrita se faz na voz ativa (e não na passiva). A voz ativa deixa claro quem está executando uma ação – e no caso das mudanças climáticas, queremos identificar de forma clara quem são os responsáveis.

Exemplo:

Voz ativa: Empresas de combustíveis fósseis poluem a atmosfera.

Voz passiva: A atmosfera foi poluída.

Consistência de narrador e tempos verbais: quem está contando a história? Você está usando a sua perspectiva (primeira pessoa – eu/nós) ou a visão de alguém (terceira pessoa – ele/ela/eles/elas)? A sua narrativa está sendo contada no presente, no passado ou no futuro? Certifique-se de que o tempo verbal é o mesmo ao longo de todo o relato.

Fotos

Aqui vão algumas dicas rápidas de edição de fotos. É claro que há diversos cursos ótimos para se aprofundar. Mas se você está com pouco tempo, pode começar por aqui.

Brilho: alterar o brilho ou a exposição pode mudar totalmente uma foto (mas não deixe a imagem clara em excesso).

Contraste/Realce: ajustar o contraste e o realce (áreas mais claras) pode ajudar você a destacar as partes mais importantes de uma imagem.

Cortar: nem sempre você precisa manter tudo que aparece na foto. De modo geral, não há problemas em fazer cortes para destacar o que é mais importante.

Edite a imagem na maior resolução possível.





Vídeos

A edição de vídeos pode ser bem complexa. É você quem determina o quanto vai se aprimorar nessa tarefa. Quer deixar o vídeo mais cru ou incluir transições e efeitos? Aqui vão alguns passos:

Escolha a ferramenta: há muitas opções, das mais simples às mais complexas. Escolha aquela com a qual você se sente mais confortável. Abaixo sugerimos algumas possibilidades.

Roteiro e seleção: a sua história é o coração do vídeo. Antes de começar a editar, desenhe um roteiro com a sequência de imagens que você imaginou.

Veja todas as captações que foram feitas e escolha as mais dinâmicas e envolventes.

Texto e imagens: decida se você deseja incluir textos ou imagens – simples ou elaborados.

Transições: como você quer mudar de uma cena para outra? A rede social TikTok está ajudando as pessoas a se familiarizarem com a edição de vídeo – especialmente usando o corpo ou objetos. Em alguns casos, você pode instalar ferramentas específicas de transições no aplicativo de edição.

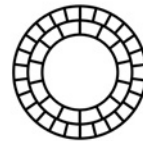
Música: uma boa trilha pode ajudar as pessoas a se conectarem com as emoções presentes em um vídeo. Muitos aplicativos de edição oferecem música de uso liberado. Escolha uma que seja adequada ao tom do seu vídeo, mas cuide para que a trilha não ganhe um destaque exagerado.

Aplicativos sugeridos

Photo



snapseed



VSCO



Adobe Lightroom



Vídeo



Adobe Spark Video



Animoto



Adobe Premiere Rush



KineMaster



iMovie



Adobe Premiere



PUBLICAR E COMPARTILHAR

Como espalhar a sua história mundo afora.

Você criou uma narrativa potente, mas o trabalho ainda não acabou. É preciso pensar na distribuição desse conteúdo – como as pessoas vão ver o que você produziu.

Prepare-se

Certifique-se de que outra pessoa tenha feito mais uma revisão do material.

Aqui vão alguns pontos a considerar:

- Quem você quer que veja essa história? (Seja o mais específico possível.)
- Em que canal essas pessoas se informam? Por exemplo, se você está tentando se comunicar com jovens: eles buscam informações em blogs ou no Instagram? Há sites ou perfis específicos que eles acessam mais?
- O que você quer que as pessoas façam depois de terem tido contato com a sua história? Você criou uma chamada para ação (exemplos: "Assine o abaixo-assinado", "Acesse o site", "Curta a página")?
- Onde você vai hospedar a sua história? Em uma plataforma de blogs como o Medium? Em outro site? Diretamente nas redes sociais?

Dicas de redes sociais

As redes sociais são uma maneira gratuita de compartilharmos nossas histórias no ambiente online. Não precisamos mais esperar que jornalistas e outros profissionais encontrem e divulguem os nossos relatos.

No entanto, como há muito conteúdo nas redes, devemos ser estratégicos em relação a como publicar e compartilhar. Nas redes sociais, **you have less than a second to capture attention from people**. Por isso, algumas questões são realmente importantes. Você precisa conquistar as pessoas de forma instantânea. Dedique muita atenção a:

- Imagens ou miniaturas de imagem
- Chamadas e títulos
- Compartilhe o texto

As plataformas de publicação de textos, fotos e vídeos mudam a todo momento. Na 350.org, de forma periódica reunimos aprendizados sobre o que funciona e o que não funciona. **Você pode acessar o documento aqui**.



Espalhe a mensagem

Postar é o primeiro passo. Para garantir que a sua história seja amplamente compartilhada, use sua rede de apoiadores, aliados e amigos para ajudar a espalhar a mensagem. Você quer que a sua história gere impacto.

Aqui vão algumas dicas:

- Quem são seus parceiros e aliados? Quais jornalistas, ONGs, influenciadores digitais, comunidades e canais de informação podem se interessar pela sua história?
- Envie uma mensagem personalizada a cada um deles e pergunte se há interesse em divulgar a sua história. A sua rede de relacionamentos é uma excelente ferramenta para dar visibilidade ao seu relato.
- Há alvos de campanha com os quais você deseja entrar em contato? Como você pode garantir que políticos, empresas ou outros alvos terão acesso às suas histórias?

Você pode compartilhar os seus relatos com eles através de um e-mail ou então envolver um montão de gente para fazer publicações em massa no perfil do seu alvo no Twitter.

Também é importante seguir buscando novos caminhos. Se algo não funcionou, use a criatividade para encontrar outras formas de se comunicar!

→ Por favor, compartilhe as suas histórias conosco! Você pode entrar em contato com a equipe da 350.org em nossas redes sociais. Marque os nossos perfis e envie-nos suas publicações via mensagem direta.

ENVOLVA-SE

Busque outras formas de usar histórias em prol da transformação social.

Se você não sabe direito como começar a se envolver com o movimento climático, mas agora deseja usar suas habilidades para apoiar a causa, aqui vão algumas sugestões:

- 1 Encontre um grupo local perto de você:** somos mais fortes quando trabalhamos juntos. Pesquise quais articulações ligadas ao clima já existem perto de onde você vive. Confira o mapa que elaboramos no site da 350.org.
- 2 Encontre outros treinamentos:** se você quer aprender mais sobre mobilizações, ciência do clima e outros assuntos, há excelentes treinamentos e outros recursos no site trainings.350.org.
- 3 Crie peças gráficas:** Não foque apenas no digital. Se você deseja criar peças gráficas para apoiar o movimento climático, confira os kits e guias disponíveis em art.350.org.