



**Storytelling: transmitir  
mensagens da melhor maneira**

# Storytelling: transmitir mensagens da melhor maneira

- Story - significa história e o termo telling - contar = Storytelling é a arte de contar histórias usando técnicas específicas para transmitir a mensagem de forma correta.
- **A utilização de técnicas para escrever é mesmo precisa?**
- Sim, porque a quantidade de conteúdos que lidamos todos os dias, sendo imensa, é necessário marcar a diferença.
  - É necessário contar, desenvolver e adaptar as histórias utilizando elementos específicos
    - Personagem, ambiente, conflito e uma mensagem
    - Princípio, meio e fim
  - O leitor/consumidor tem que ser cativado pela história, um conto em que nos deixemos levar por um encadeamento de situações que façam sentido e geram interesse.
  - Uma história espetacular faz despertar emoções, o que faz com que os leitores se identifiquem com a mesma ou se emocionem com a mesma.

# Storytelling: transmitir mensagens da melhor maneira

Resumindo:

1. Mensagem: forte e que surta um exemplo que marque o leitor.
2. Ambiente: é preciso um lugar, que facilite a narrativa.
3. Personagem: é a que transmite a mensagem
4. Conflito: o desafio que surge para a personagem, seja ele qual for. Por norma, se não for interessante o suficiente ou demasiado fácil as pessoas não vão valorizar. Pode até despertar emoções, mas dificilmente gera identificação.

# Dicas e técnicas de storytelling

**Levar o leitor de um ponto A ao ponto B** . Ter ordem cronológica pode funcionar muito bem

**Ser criativo**

**Transmitir sensações positivas com o conteúdo** . para que no final seja apresentada uma solução

## 3 exemplos

[1. Always like a girl](#)

[2. Dove . retratos de beleza](#)

[3. Macma: man boobs for boobs](#)

## 3 exemplos

### [1. Always like a girl](#)

Lançada em 2014, mas demonstra o sentimento de muitas mulheres. “Faz como uma menina/mulher”

### [2. Dove . retratos de beleza](#)

Defeitos, conflitos, isto é a versão real?



# storytelling aplicado às marcas

## 1. Reúna informações sobre sua marca

Quais os valores, visões iniciais da empresa, datas importantes, os detalhes importam nestas situações, pois é autêntico e as pessoas vão relacionar-se com tal.

Estas informações podem servir para textos de blog, para publicações nas redes sociais, para briefing de vídeo institucional, discursos em eventos, etc.

## 2. Concentração na ação

Para usar as informações recolhidas é preciso que as histórias sejam dinâmicas, atraentes e mostrar que empresa são.

## 3. Focar nas partes mais importantes

Saber o que dizer e forma de o fazer para o público alvo da marca, é muito importante. Texto, imagem, vídeo? Cada ação vai ter um objetivo.

No entanto, ao contar a mesma não pode ser algo repetitivo ou sem conteúdo relevante. Por isso, a dica é repartir as história da forma mais ajustada a cada canal de comunicação. Exemplo: para um blog pode ter mais texto, um vídeo precisa de ser mais dinâmica.

# storytelling aplicado às marcas

## 4 . Adeque a mensagem ao meio

Para criar uma história atraente e cativante, é necessário atentar à produção de conteúdo:

- Pensar no volume ou tom do narrador
- Em vídeo o rosto é muito importante
- Valorizar o contacto visual
- Usar as mãos e os gestos
- Criar um ritmo de fala equilibrado e pausado
- Dividir o texto em frases curtas, assim como, parágrafos
- Usar pontuação adequada
- Dar ritmo à história

# storytelling aplicado às marcas

## 5. Sobre ritmo

Cativar a audiência tanto no assunto, como na narrativa. Na hora de a contar, pensar na sequência dos fatos para criar um ritmo que incentive as pessoas a acompanhá-la. Assim como, criar momentos de tensão, reviravolta e fazer com que.. as pessoas se identifiquem!

## 6. Aproximar as pessoas da história

Ao selecionarmos os momentos da nossa marca, não devem ser os bons apenas. Os maus devem estar presentes, para mostrar o que foi aprendido e melhorado. As pessoas não querem saber os resultados por norma, pois essa é a face que todos conhecem. O caminho, a jornada é o que emociona e conecta as pessoas. Existem, inclusive algumas jornadas (clássicas) que podem servir de exemplo:

- Jornada do Herói;
- A viagem /missão/aventura
- Conquista pessoas
- Eventos em determinado período



# storytelling aplicado às marcas

## 7. Continuidade da história

A continuidade lógica, como exemplo: o início deve ter um gancho que sirva para desenvolvimento da história, o que vai prender a audiência. O meio deve entreter e delinear o caminho que vai levar aos resultados que vão fechar a história e servir de CTA - call to action.

## 8. Criar narrativas visuais

O leitor deve conseguir imaginar a narrativa à medida que lhe é apresentada a história. Daí a importância do ambiente, pois ele pode ser descrito e envolver mais as pessoas. Os próprios sentidos podem ser explorados para criar conexões, mostrar e expressar as emoções das personagens.

E, aqui as imagens entram, como forma de mostrar com a cor certa, elemento «, movimento certo. Seja através de desenhos, infografias, vídeos.

## Links de apoio

- [12 Exemplos de Copywriting para ver na prática como converter seus leitores](#)
- [Como fazer um resumo em 7 passos simples](#)
- [Storytelling – O que é e como utilizar em Marketing Digital](#)

## **Dúvidas: questões com ou sem sentido? :)**

**No marketing digital tudo é válido e nada tem uma resposta/fórmula concreta.**

Soul  
Wines  
**ENO &  
TASTE  
TOUR**

