

## Vídeo 4.

### Lettering:

#### Introdução ao storytelling

#### Edney Souza, diretor acadêmico da Digital House

Quais são os segredos para se contar uma boa história? É possível criar uma história atraente baseada na nossa marca, produto ou serviço? Podemos definir storytelling como a arte de contar uma história para o público certo em busca de uma reação emocional.

Quando algo nos comove, fica marcado em nossa memória para gerar conteúdo em torno de uma marca ou produto, é importante ser claro como uma história é estruturada e como adicionar os elementos que a compõem para gerar um maior impacto possível sobre o nosso público. E o mais importante, fazer com que a mensagem seja transmitida de forma eficaz para nossa audiência.

Toda história tem um começo, um meio e um fim. Bem, em quase todas né? Algumas ainda estão acontecendo e você será o protagonista. Que outros elementos-chave existem para criar uma boa história? Vamos analisá-los.

Assim como trabalhamos centrados no usuário, quando o assunto é design, UX ou construção de campanhas, também devemos trabalhar dessa forma ao contar uma história, permitindo que o receptor faça parte dela de alguma maneira.

Nosso trabalho é construir um lugar onde o público se sinta pertencente para se conectar com os elementos apresentados na história que pode ser, por exemplo, o nosso produto, serviço ou marca.

Aqui estão algumas dicas para facilitar o desenvolvimento dessa tarefa: Temos que encontrar a narrativa para o nosso storytelling. Se for difícil encontrá-la como referência, tenha em mente que as narrativas são histórias que contamos a nós mesmos e aos outros especialmente sobre o que fazemos. Elas devem ser autênticas! Não perca de vista que a autenticidade vem da percepção e não nos atributos. Em outras palavras, excesso de detalhes não torna uma história autêntica. A história é uma experiência reimaginada, narrada com detalhes suficientes para que os ouvintes possam imaginá-la e vivê-la como sendo real dentro de suas mentes.

Um fato: As pessoas tomam decisões sem ter 100% de informação e somos muito influenciados sentimentalmente, quando encontramos os estímulos adequados. Histórias confusas são ignoradas e causam pânico, histórias com elementos convincentes e próximos são irresistíveis. Por que? Porque geram investimento emocional e porque não há descrença.

Vamos entender cada um desses elementos. Investimento emocional significa que você tem um vínculo emocional com alguém ou algo, um ponto de apego, sentimento de conexão, um gosto e até um cheiro trazem boas lembranças. Os efeitos típicos do investimento emocional incluem aumento da lealdade a outras pessoas, grupos sociais, marcas, empregadores etc. Eles vão gastar tempo e dinheiro com assunto, e vão buscar persuadir os outros para que também invistam suas emoções. Um bom exemplo disso é um fã de futebol que assiste a todos os jogos, mesmo de longa distância, para ver o seu time. Investimento leva o ouvinte a níveis mais altos de emoção, incluindo prazer, frustração e raiva.

Suspensão da descrença: o termo suspensão da descrença ou suspensão voluntária da descrença é definido como a vontade de suspender faculdades críticas e acreditar em algo surreal. É o sacrifício do realismo e da lógica em busca do prazer. A suspensão da descrença é muitas vezes o elemento essencial para um ato mágico circense, por exemplo. Não se espera que o público acredite que uma mulher seja reduzida à metade ou transformada em gorila. Para desfrutar a atuação, é preciso esquecer a realidade por alguns instantes.

De acordo com a teoria, a suspensão da descrença é um ingrediente essencial para qualquer tipo de narrativa. Portanto, levando em conta a facilidade dos ouvintes de ficar presa à boa história, podemos criar uma narrativa capaz de causar reações na audiência, que podem ser associadas ao que nós queremos quando ela gera empatia entre os personagens de audiência.

Resumindo: o importante de uma boa história é ter elementos reais que se conectam emocionalmente à audiência e permitam uma pequena dose de exagero positivo para gerar conforto e qualidade à realidade dura que vivemos.