

Contação de História (Storytelling)

Contação de história é uma das ferramentas mais poderosas para quem quer organizar e construir um movimento. As seções a seguir, desenvolvidas pela parceria entre [Marshall Ganz](#) e o [New Organizing Institute](#), discutem porque a contação de histórias é importante e alguns métodos para aproveitarmos o poder das histórias de forma mais efetiva.

As seções abaixo focam na contação de histórias e no contexto atual do discurso público para os mais diversos tipos de audiência. No entanto, a essência dessas ideias pode se estender para contar histórias por meio de outros processos de comunicação: e-mails, blogs, posts, mídias sociais online, até mesmo a campanha em si, fazendo da sua campanha o veículo para contar e criar uma história coletiva. Mas por enquanto, deixe essas ideias guardadas na cabeça e vamos nos aprofundar no conceito e na prática.

A contação de história é uma prática de liderança

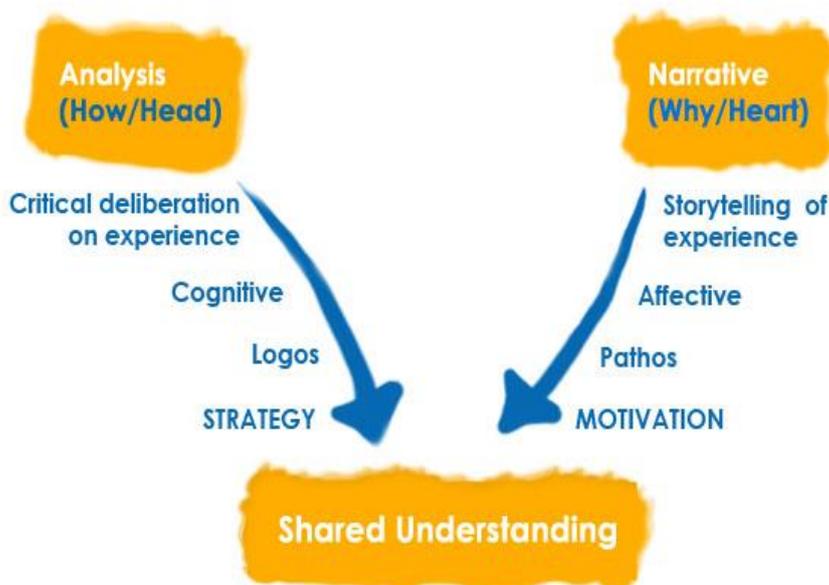
A sua história é o “porquê” de organizar – a arte de traduzir valores em ação por meio de histórias. É um processo de discussão interativa na qual indivíduos, comunidades e nações constroem suas identidades, fazem escolhas e inspiram ação.

Cada um de nós tem uma história convincente para contar

À medida que você aprender essa habilidade de contar histórias em público, você será capaz de contar histórias convincentes que incluem elementos que identificam você, sua audiência e sua estratégia para os outros. Além disso, você ganhará experiência ao ouvir e ajudar os outros a contar boas histórias.

Por que usar relatos públicos? Duas maneiras de saber e interpretar

Líderes usam a cabeça e o coração para mobilizar os outros a agirem de maneira efetiva em relação a valores compartilhados. Em outras palavras, eles motivam as pessoas a interpretar porque eles devem mudar seus mundos – as motivações – e como eles podem agir para mudá-los – as estratégias.



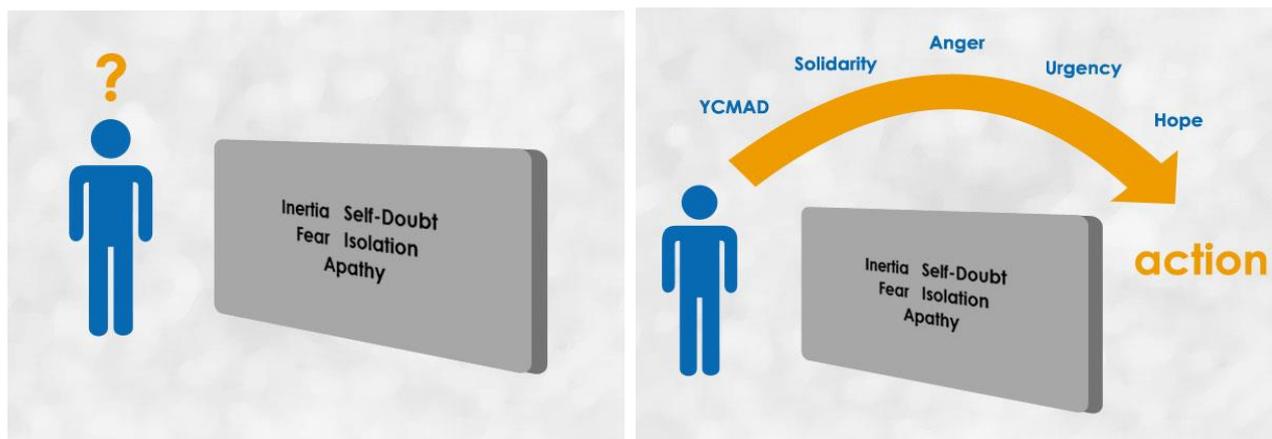
Muitos líderes costumam ser bons na hora de analisar seus discursos e focam suas apresentações em fatos, argumentos e estratégias convincentes.

Outros líderes contam suas histórias pessoais de maneira extremamente comovente, o que nos transmite o tamanho do desafio, mas não enfatiza as escolhas e os potenciais resultados positivos que podemos buscar.

Esse trabalho de contar histórias em público deve ser um esforço que envolva tanto a cabeça quanto o coração e principalmente que **motive as pessoas a agir. A chave para uma contação de história de sucesso é entender quais são os valores que inspiram a ação por meio da emoção.**

Emoções nos informam sobre aquilo que valorizamos em nós mesmos, nos outros e no mundo, além de nos permitirem expressar o conteúdo motivacional de nossos valores aos outros. Em outras palavras, porque nós vivenciamos valores emocionalmente são eles que realmente nos levam a agir. As histórias nos permitem expressar os nossos valores não como princípios abstratos, mas como experiência de vida, por isso elas têm o poder de mover os outros também.

Algumas emoções inibem a ação, outras emoções incentivam a ação.



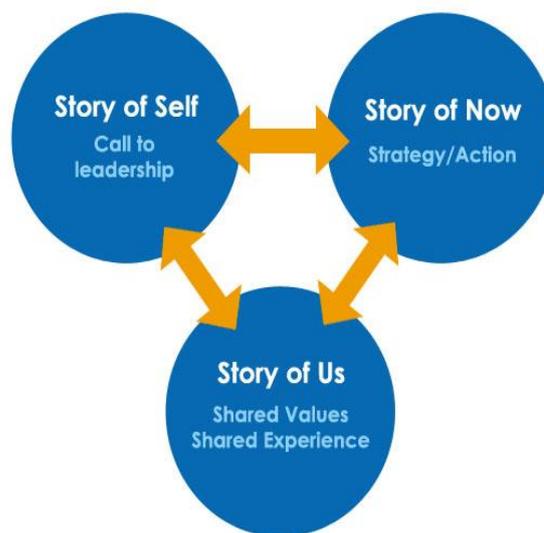
A ação é inibida por sentimentos como inércia, medo, dúvida, isolamento e apatia. A ação é incentivada por sentimentos como urgência, esperança, sentimento de: “você pode fazer a diferença”, solidariedade e irritação. Histórias contam emoções que nos levam a agir e nos ajudam a superar as emoções que nos inibem de agir.

O método de contação de história que trabalharemos aqui combina a Sua História, a Nossa História e a História Atual.

O processo de criação da Sua História é fluido e interativo e pode começar em qualquer lugar. Depois que você desenvolver a sua história, a nossa história e a história atual, você provavelmente vai querer voltar para o começo da sua fala para esclarecer as ligações entre as três.

A Sua História expressa os valores ou experiências que levam cada pessoa a tomar a liderança por uma causa.

O foco central deve ser nas escolhas, momentos das nossas vidas em que os valores são formados em função da necessidade de escolha diante de muitas incertezas. Quando foi a primeira vez que você se importou em ser ouvido, entendeu que tinha preocupações com a causa, quis proteger o planeta, quis garantir o ar e a água limpos para você e para os outros, aprendeu a amar a natureza e apreciar o ar livre? Por quê? Quando você sentiu que tinha que fazer alguma coisa sobre isso? Por que você sentiu que era possível? Quais eram as circunstâncias? Que escolhas específicas você fez?

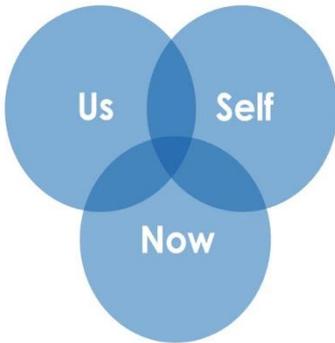


A “Nossa História” expressa os valores e experiências que uma comunidade, organização, campanha ou movimento compartilha e quais são as capacidades e recursos que possui para atingir seus objetivos.

Assim como com uma pessoa, o foco deve ser a escolha de momentos da vida da comunidade e/ou de momentos que expressam valores, experiências, desafios do passado e recursos da comunidade que tomará atitudes. Por exemplo, ligar um esforço presente a campanhas vitoriosas do passado e descrever os esforços que foram necessários, as pessoas que trabalharam duro para fazê-la acontecer, suas capacidades e seus valores, é um exemplo de Nossa História.

Uma História Atual comunica os desafios urgentes aos quais somos chamados a enfrentar nos dias de hoje e nos conduz à ação.

A história atual articula em detalhes a urgência do desafio. Ela também inclui uma descrição do padrão que podemos seguir para alcançar objetivos relativos à missão – a estratégia única ou conjunto de ideias que nos ajudarão a superar o desafio que enfrentamos e ter sucesso. A História Atual inclui um chamado a ações que os nossos ouvintes podem tomar para alcançar uma missão coletiva. Por fim, a História Atual esclarece em detalhes uma visão do resultado potencial que podemos obter caso nossa estratégia tenha sucesso.



Ligando a Sua História, a Nossa e a Atual

Você deve procurar por conexões entre essas três histórias, onde elas se sobrepõem, para ajudar a explicar porque você foi levado a lutar por essa causa, por que nós estamos sendo convidados a agir com você e por que devemos agir agora. Isso significa ser muito seletivo sobre as histórias que você contará – por exemplo, não tente contar sua biografia inteira quando você contar a sua história.

Os três elementos centrais da estrutura da contação de histórias

Desafio – Escolha – Resultados

O roteiro começa com um **desafio** inesperado que confronta um personagem com a necessidade urgente de prestar atenção, fazer uma escolha, uma escolha para a qual ele ou ela está despreparado. A escolha leva a um resultado que ensina uma moral.

Por estarmos nos identificando com o personagem nós podemos “sentir” a moral. Nós não só ouvimos sobre a coragem de alguém; nós também somos inspirados por ela.

A história do personagem e o esforço para engajar valores fazem com que o ouvinte se engaje no seu próprio desafio, escolha e nos resultados da história. Cada história deve incluir o desafio, a escolha e o resultado. Não é suficiente dizer: “Eu estava com medo”. Você precisa dizer: “Eu estava com muito medo. Eu precisava decidir e quando eu decidi, percebi que era possível”.

Incorporando desafio, escolha e resultados na Sua História

Existem questões-chave que você precisa responder quando você considera as escolhas que fez na sua vida e o caminho que escolheu que o levaram a estar onde está agora. Uma vez que você identificou um ponto relevante específico para, por exemplo, ter escolhido uma carreira focada no meio ambiente, aprofunde seu relato respondendo algumas perguntas.

Desafio: Qual era o seu desafio? O que era tão desafiador? Por que seu desafio era esse?

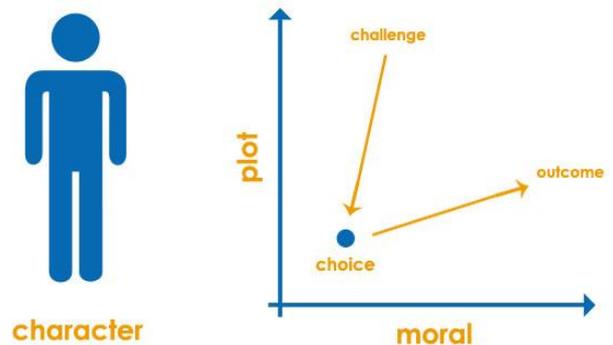
Escolha: Por que você fez esta escolha? Da onde você tirou coragem (ou não)? Da onde você tirou esperança (ou não)? Como você se sentiu?

Resultado: Como você se sentiu com o resultado? Porque se sentiu assim? O que você aprendeu com esse resultado? O que você quer nos ensinar? Como você quer que a gente se sinta?

Uma palavra sobre desafio

Algumas vezes, as pessoas veem a palavra “desafio” e pensam que precisam contar alguns episódios de má sorte que enfrentaram em suas vidas. Tenha em mente que você escolhe o desafio sobre o qual vai falar, por exemplo,

Narrative Structure



uma montanha alta que você decidiu escalar, desde que você tenha conseguido escalá-la. **Qualquer coisa pode ser um desafio** para você e ser a fonte para uma boa história que possa inspirar os outros.

Aprofundando a História Atual

A História Atual é urgente, exige deixar outras coisas de lado e prestar atenção. É baseada nos valores contidos na Sua História e na Nossa História e exige ação.

Os elementos da História Atual

- A estratégia: seu plano para atingir a meta.
- Uma escolha estratégica “esperançosa” que cada pessoa da sua audiência pode fazer.
- Um pedido específico para que cada pessoa se envolva e comprometa seu tempo e recursos antes de ir embora.
- Uma descrição empolgante do que pode ser alcançado coletivamente se agirmos juntos.

Por que é importante?

A escolha que somos convidados a fazer é uma escolha por ação estratégica e urgente. Líderes que só descrevem o problema, mas falham em identificar as medidas que a sua comunidade pode tomar para resolver o problema não são líderes efetivos. Se você está chamando as pessoas para fazer uma mudança realmente desafiadora e urgente, você tem que motivá-las para enfrentar esse desafio junto com você, e aí você também tem a responsabilidade de convidá-las para se unirem a você em ações que tenham chance de serem bem-sucedidas. A História Atual não é simplesmente uma chamada para agir – é uma convocatória para uma ação que traga esperança às pessoas.

A História Atual é uma história estratégica

Ela fala sobre como a minha ação, somada com a ação de outras pessoas, poderia com uma quantidade razoável de esperança conseguir um resultado claro que iria nos ajudar a cumprir nossa meta.

O desafio da estratégia é ser construída por meio de momentos-chave da ação coletiva que não são aleatórios e se dissolvem em nada depois. O desafio é identificar ações que ajudarão a construir a capacidade e o momento para lançar a sua campanha em direção a um momento-chave, depois a outro momento-chave, até você ter poder suficiente para alcançar a mudança que busca.

Frequentemente quando trabalhamos a História Atual nós percebemos a falta de uma estratégia clara, motivadora e com ações concretas. Trabalhar a História Atual pode ser uma forma de reavaliar nossa estratégia e envolver outras pessoas para criar esta estratégia conosco.

A estratégia é motivadora

Nós planejamos uma estratégia em resposta a desafios urgentes ou oportunidades incomuns de transformar o nosso objetivo em resultados específicos. Considerando a Marcha de Sal do Gandhi: a qual desafio Gandhi respondeu? Qual era seu objetivo motivador? A sua meta era simplesmente acabar com o monopólio inglês da produção de sal ou esse foi o meio encontrado para alcançar a liberdade da Inglaterra? Como ele transformou um grande objetivo em um resultado alcançável e significativo?

A estratégia é intencional

Estratégia é a teoria de como podemos transformar o que temos (recursos) no que precisamos (poder) para alcançar o que queremos (resultados). É a hipótese de que podemos usar certas táticas para atingir resultados específicos. Qual resultado específico Gandhi buscava? Como os indianos acreditaram que a ação para a qual foram convocados poderia fazer a diferença? Qual resultado claro eles estavam buscando? Como eles poderiam saber se iriam alcançá-lo?

A estratégia é criativa

Desafiar o *status quo* requer compensar a nossa falta de recursos com grande desenvoltura, como na história de Davi e Golias. Estrategistas criativos não utilizam sempre as velhas táticas para construir a sua campanha. Eles buscam táticas para construir poder engajando o maior número de pessoas possível e pensam criativamente em como transformar os recursos que têm nos recursos que precisam para ganhar. Por exemplo, durante a Marcha do Sal, a renúncia dos líderes locais a se submeterem às regras inglesas foi uma forma criativa de encontrar a estratégia urgente de que tanto precisavam, trazendo mais pessoas para se unirem à marcha.

A estratégia é um verbo

É algo que fazemos, não um substantivo (algo que temos). Nós podemos ver isso repetidamente na história da Marcha do Sal. Trabalhar com os resultados de que precisamos construir a tempo de aprender com os nossos sucessos e fracassos e adaptar as nossas táticas para nos tornarmos cada vez mais eficazes. Estamos constantemente procurando novas oportunidades que podem nos ajudar a mobilizar mais pessoas e recursos para o nosso esforço e nós pensamos criativamente em como transformar desafios em oportunidades.

Quatro Questões estratégicas

1. Qual é a meta motivacional: Quais ameaças aos interesses comuns que você deve enfrentar? Em quais oportunidades que você deve se basear para agir?
2. Qual é o resultado: específico, focado, mensurável (como o mundo vai mudar?). Em qual resultado você pode focar? Quais resultados estão agrupados dentro do resultado final? Quanto tempo temos para atingir estes resultados? Qual é o escopo (tempo) e a escala (tamanho) deste resultado final?
3. Quais táticas serão usadas? Por que estas táticas e não outras? Os critérios para a escolha das táticas incluem:
 - Estas táticas influenciarão o resultado que esperamos alcançar? Como?
 - Farão com que utilizemos nossos recursos de forma criativa? Como?
 - Farão com que criemos capacidade organizacional? Como?
 - Desenvolverão liderança? Como?
4. Quando você utilizará estas táticas? Considere a dinâmica da campanha, quais táticas serão usadas e quando, qual será a sequência de utilização das táticas, como fazer para aproveitar da melhor forma o momento, etc.?

Enquanto você estiver trabalhando para desenvolver a sua estratégia de como contar a História Atual, lembre-se que planejar a estratégia não é algo individual, que se faça sozinho em um lugar escuro e secreto. A estratégia é mais bem criada com uma equipe estratégica. É muito importante pensar como sua equipe estratégica auxilia na criação desta estratégia, como ela funciona e qual é a sua dinâmica. A equipe tem um propósito comum? Vocês conseguem tomar decisões em grupo? Vocês trabalham com normas consistentes? Está claro quem faz parte da equipe? Sua equipe tem a capacidade de criar estratégias claras?

À medida que você continuar criando a sua estratégia em face dos novos desafios e oportunidades, a sua História Atual ficará mais clara e focada.

Atividade: Conte sua história (exercício para um grupo)

Objetivo

Vamos treinar em grupo como contar sua história, incorporando as três partes deste método – a Sua História, a Nossa História e a História Atual.

Esta também é uma oportunidade para praticar trabalhando com um novo grupo. Por isso, certifique-se de que todos sabem os nomes de todos, designe uma pessoa para tomar conta do tempo e estabeleça qualquer outra regra que possa ajudá-los a trabalhar juntos.

Agenda		
TEMPO TOTAL		55 min
1.	Junte sua equipe. O responsável pelo tempo começa a contar o tempo.	5 min
2.	Cada um deverá desenvolver a sua história em silêncio, utilizando o espaço correspondente nas próximas páginas.	10 min
3.	Conte sua história para o grupo e converse entre vocês – cada pessoa leva 2 minutos para contar a sua história e o grupo leva 3 minutos para dar a sua opinião. ATENÇÃO: Você tem apenas 2 minutos para contar sua história. Atenha-se a este limite. E tenha certeza de que o responsável pelo tempo te interrompa quando ultrapassar o limite. Isso ajuda a manter o foco e também garante que todos tenham a chance de praticar.	30 min
4.	Escolha a pessoa do grupo que melhor contou sua história. Corrija os últimos pontos antes de voltarmos ao grupo grande e compartilhamos as melhores histórias.	10 min

Relembre a Sua História, a Nossa e a Atual. Como você pode uni-las da melhor maneira? Sua tarefa como organizador é contar a história completa de quem você é, os valores do movimento climático e como podemos entrar em ação. Use o papel abaixo e pratique com a sua equipe toda a sua história.

	SUA	NOSSA	ATUAL
	Quais são as experiências e valores que te levaram a tomar a liderança para criar um futuro de energias limpas?	O que te faz acreditar no poder das pessoas com as quais está falando? Qual é a história delas?	Por que é urgente lidar com as mudanças climáticas? Qual é a sua estratégia para superar esse problema? Qual é o primeiro passo que cada pessoa pode dar para ser parte desta solução?
Desafios			
Escolhas			
Resultados			

Treinando a sua equipe na Contação de História

Enquanto vocês ouvem as histórias uns dos outros, anote detalhes da história de cada pessoa para fazer comentários e te ajudar a lembrar destas histórias depois. Use a tabela abaixo para escrever sobre as histórias da sua equipe.

Nome	Anotações: Desafios, escolhas, resultados

Conteúdo extraído da 350.org.

Disponível em: <http://workshops.350.org/toolkit/start/> (em inglês)