**PLANO DE AULA 03.09 – STORYTELLING PARA INOVAÇÃO**

**Apostila 03 – Soluções inovadores e sustentabilidade**

Apostila disponível no link <http://trampotech.com.br/>

**TEMA**

Narrativas, contação de histórias ou storytelling como ferramenta para a criatividade e a inovação

**OBJETIVOS DE APRENDIZAGEM**

Professor, os objetivos de aprendizagem desta aula ocorrem em dois planos que se entrelaçam:

1. O primeiro plano é conhecer e saber identificar o que são narrativas / contação de histórias / ou storytelling.
2. O segundo plano é perceber e reconhecer como narrativas / storytelling são poderosas ferramentas de liderança e de incentivo à inovação. Storytelling são hoje ferramentas muito comuns nas áreas de marketing, da publicidade e no mundo dos negócios.
3. Qual é a história do seu negócio ou de seu projeto (realizado, em andamento ou ainda futuro)?

O aluno precisará então saber valorizar o storytelling, começar a dominar estas ferramentas básicas e como aplicá-las em seus negócios ou projetos.

Ao final da aula o aluno precisará ter conquistado os objetivos de aprendizagem:

* Compreender de forma básica o que são narrativas / contação de histórias / storytelling;
* Identificar diferentes formas de narrativas / contação de histórias ou storytelling;
* Saber identificar narrativa / storytelling de diferentes tipos e suportes.
* Perceber que narrativas também fazem parte da vida de um produto, uma marca e uma empresa.
* Perceber a narrativa como auxiliar no processo de inovação.
* Saber narrar a história de seu negócio ou de seu projeto na forma de uma história

**OBSERVAÇÃO:**

Professor, para fins didáticos e de aproximação dos alunos ao tema dessa aula, as expressões “narrativa”, “contação de histórias” e “storytelling” podem ser utilizadas como próximas, quase sinônimas. A rigor, existem diferenças sutis entre elas, mas que podem ser deixadas em suspenso nesta aula. Adicionalmente, o termo em inglês “storytelling” isoladamente pode criar algum ruído linguístico e comunicativo. Pode-se, assim, ancorar as explicações de aula nos termos mais fortes, em língua portuguesa, “narração” ou “contação de histórias”.

**PROBLEMA-SOLUÇÃO OU DESAFIO (PBL)**

DESAFIO: Descobrir com os alunos quais são as dicas e caminhos para utilizar narrativas / storytelling como ferramenta que propicia a inovação.

Tente repassar estes itens com seus alunos e que eles apontem também quais fazem a diferença. Os estudos e a literatura a respeito apontam diversos aspectos propícios à inovação:

* Uma cultura ou um ambiente em que narrativas são estimuladas como caminhos que organizam e visualizam a experimentação.
* Lideranças e chefias exerçam um papel de construir uma narrativa maior sobre o projeto, o negócio ou a empresa.
* Narrativas consistentes possuem um papel catalisador e organizador das experiências, das motivações e dos sonhos/projetos de uma equipe.
* Além do storytelling, abordagens como o Design Thinking (Apostila 07) permitem estimular trilhas para a criatividade e a inovação.

O segundo desafio nesta aula é examinar com os alunos como a contação de histórias pode estar presente ou ser concretizada em seus negócios e projetos.

**METODOLOGIA E DINÂMICAS**

Professor, uma dinâmica interessante para “esquentar os motores” e introduzir o tema desta aula é a identificação dos diferentes tipos de narrativas. Trata-se do primeiro nível de aprendizagem nesta aula, como indicado acima.

São exemplos de narrativas:

* Contos e romances
* Novelas escritas e também as novelas de televisão
* Poemas
* Literatura do Nordeste como o cordel
* Letras de canções de músicas (a maioria delas está estruturada na forma de narrativas)
* Notícias de jornais, rádios, televisão e sites jornalísticos são comumente expostas em uma estrutura narrativa.
* Narração de jogos, como as partidas de futebol, também seguem uma estrutura narrativa.
* Falas da vida cotidiana como fofocas e piadas.
* Roteiros de filmes
* Gibis ou histórias em quadrinhos
* Algumas propagandas e comerciais seguem uma estrutura narrativa, ou seja, também contam uma história.
* Histórias de vida de pessoas narradas de forma oral, escrita ou visual
* Histórias de vida de empresas narradas de diferentes formas.

Outra dinâmica interessante para a sala de aula é repassar trechos da apostila de forma mais profunda e reflexiva. Verifique com os alunos, por exemplo, estas passagens expressivas da apostila :

**PARA REFLETIR**

DINÂMICA: O DEBATE DE CASOS REAIS

Muitos casos de empreendedores de sucesso podem ser contados como narrativas de sucesso. Frequentemente o empresário é não só um líder, como o “herói” da narrativa. Na área de TI, casos de sucesso como os de Bill Gates e Steve Jobs são clássicos.

**RECURSOS**

Professor, nesta aula, priorize as dinâmicas de grupo e ao método dialógico de perguntas e resposta e novas perguntas e respostas sucessivas. Note que esta dinâmica pode ocorrer tanto entre professor e alunos quanto diretamente entre alunos e equipes.

Não será indispensável a conexão à internet, mas caso ela seja possível você poderá acrescentar vídeos curtos ou outras demonstrações a partir da internet.

Você também poderá sugerir ou deixar os alunos à vontade para disporem suas cadeiras conforme a organização das equipes.

**AVALIAÇÃO**

Professor, a avaliação desta aula, se os objetivos de aprendizagem foram ou estão conquistados, deverá se dar pela capacidade revelada pelos alunos em:

1. Conhecer e saber reconhecer diferentes tipos de narrativas.
2. Discernirem e reconhecer na prática como narrativas / storytelling podem ser propiciadoras de inovação dentro de uma equipe ou empresa.

Você poderá fazer, ao final da aula, uma rodada de avaliação entre equipes ou com toda a sala.

Retome os objetivos de aprendizagem estabelecidos no tópico acima. A avaliação pode e deve reforçar os pontos ministrados e, apontar eventuais lacunas a resolver dentro ou fora da sala de aula.

Destaquemos que a avaliação é fundamental na construção do aprendizado do aluno. Mais do que simplesmente dar notas e atribuir um número ou um conceito (bom, razoável, ruim, por exemplo) ao desempenho do aluno ou da equipe, o que importa é examinar, junto com eles e numa postura de diálogo qual foi o conhecimento assimilado e o aprendizado real.

Tenha em mente que esta abordagem implica avaliar CONHECIMENTO, HABILIDADES E ATITUDES (C.H.A.).

O conhecimento em si é a avaliação mais comum e tradicional. Mas é importante saber se este conhecimento formal está se traduzindo em habilidades reais dos alunos no domínio dos conceitos e das ferramentas. E, além disso, em atitudes concretas e construtivas de aprendizado.

Com a abordagem apropriada, esta avaliação poderá ser feita de forma curta.

Faça ao final da aula, uma breve avaliação (cerca de 7 minutos, por exemplo) junto aos alunos e equipes para saber se conseguiram dominar os conceitos e as ferramentas básicas expostas nesta aula.

Procure fazer isto a partir dos DESAFIOS DEFINIDOS ou situações-problema a enfrentar.

Tenha presente que o elemento principal e direcionador das atividades avaliativas do C.H.A é o problema: o conhecimento adquirido, a capacidade real e a postura para bem resolvê-lo.

Se o desafio é o problema, então a régua ou a métrica será a capacidade de resolvê-lo.

São três os principais instrumentos de avaliação que podem ser utilizados:

(1) SOCIALIZAÇÃO E COMPARTILHAMENTO DOS RESULTADOS: Peça aos alunos e equipes que exponham o que aprenderam e os frutos dos seus trabalhos para os demais.

(2) RELATÓRIO TÉCNICO: “texto escrito estruturado que contempla o passo a passo do desenvolvimento do problema e a proposta de solução do problema.”, FREZATTI et ali (2018)

(3) OBSERVAÇÃO DOCENTE: Como professor, você pode pontuar e destacar conquistas dos alunos e seus progressos. Ressalte a eles também os percursos e trilhas percorridos.

Dado o tempo exíguo de aula, entenda que o relatório técnico de produção será feito de forma primordialmente oral pelos alunos e equipes ou em notas ao longo do curso.

Procure perceber e “medir” o quanto os alunos apreenderam uma noção básica dos conceitos expostos.

Além da compreensão básica, o importante é perceber se eles captaram e estão sensíveis à necessidade de dominar estes conceitos básicos ao longo do curso.

Retorne aos objetivos de aprendizagem definidos no início deste plano de aula para conferir se foram realizados. Caso não, procure enfrentá-los nas próximas aulas de forma concentrada (se houver tempo hábil) ou distribuída.

A medida do sucesso desta aula será dada por terem captado ou não a importância da disciplina e por acender em seus alunos a curiosidade pelo tema, mais do que um domínio estrito de todos os seus conceitos e ferramentas.

**CRONOGRAMA:**

Professor, nesta aula, fique muito atento ao tempo disponível para os exercícios dialógicos e de equipe.

Fique atento às dinâmicas de grupo e ao método dialógico de perguntas e resposta e novas perguntas e respostas sucessivas. Note que esta dinâmica pode ocorrer tanto entre professor e alunos quanto diretamente entre alunos e equipes.

Tempo total de aula: 45 minutos;

Abertura e aquecimento: 5 minutos;

Desenvolvimento e dinâmicas: 30 minutos;

Avaliação e fechamento: 10 minutos

**REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS SOBRE INOVAÇÃO**

Referências na apostila 03 – Soluções inovadores e sustentabilidade

Capítulo 5 – Inovando com storytelling

5.1 – Storytelling: uma ferramenta para ajudar na inovação ..................................56

5.2 – Como fazer storytelling ...................................................................................60

Apostila disponível no link <http://trampotech.com.br/>

**VÍDEOS:**

* Peça aos alunos que assistam previamente em casa ou em lan houses os vídeos.
* Resuma e discuta com seus alunos, os pontos principais dos vídeos que escolher.

DESCOBRINDO O STORYTELLING - O PODER DA CLAREZA | Sobre Seve Jobs e outros empreendedores inovadores |

“As pessoas não compram os melhores produtos; elas compram o produto que elas conseguem entender”: <https://www.youtube.com/watch?v=TO2wqu8Scuc>

WHOW! COMO ALIAR INOVAÇÃO E STORYTELLING |

Stalimir Vieira, diretor da Base de Marketing, destaca que elementos fazem uma história realmente ganhar significado na vida dos consumidores.

<https://www.youtube.com/watch?v=fERLrGm8cYI>

ARTE DE CONTAR HISTÓRIAS NO MUNDO CORPORATIVO | HSM | 15 min |

Como o storytelling pode ser aplicado no âmbito do marketing? As empresas brasileiras já têm essa consciência? O surgimento de novas mídias potencializa a prática do storytelling? Autor premiado de literatura, Ilan Brenman responde a estas e outras questões, em entrevista exclusiva. <https://www.youtube.com/watch?v=f0VMw7F0yNo>

**ARTIGOS:**

**O que é Storytelling:**

Storytelling é uma palavra em inglês, que está relacionada com uma **narrativa** e significa a capacidade de contar histórias relevantes. Em inglês a expressão "tell a story" significa "contar uma história" e storyteller é um **contador de histórias**.

Consiste em um método que utiliza palavras ou recursos audiovisuais para transmitir uma história. Esta história pode ser contada de improviso ou pode ser uma história polida e trabalhada. Também é muito usado no contexto da aprendizagem, sendo uma importante forma de transmissão de elementos culturais como regras e valores éticos.

É difícil indicar uma data precisa da criação do storytelling, mas é sabido que tem milhares de anos, já que contar histórias sempre foi uma característica do ser humano, mesmo antes de existir a linguagem escrita.

Íntegra do artigo: <https://www.significados.com.br/storytelling/>

**SAIBA MAIS**

Assista o vídeo de Andrew Stanton, da Pixar: As pistas para uma grande história. (18 minutos com legendas disponíveis em português):

<https://www.ted.com/talks/andrew_stanton_the_clues_to_a_great_story?language=pt-br>

**UTILIZANDO STORYTELLING EM PROJETOS**

**Extrato do blog Rosamilha - Excelência em Projetos**

“Vamos começar pelo termo Storytelling, que significa, numa tradução bem livre, a capacidade de contar histórias. por uma pessoa, ou um grupo, em transmitir eventos em narrativa na forma de sons, palavras, imagens, com o objetivo de compartilhar, consolidar ou ensinar elementos importantes de sua cultura, mas emo nosso caso, estou me referenciando a processos, métodos, procedimentos e projetos. É uma das competências mais antigas da humanidade, presente em todos os grupos de seres humanos, desde as cavernas até o clip com o qual aprendemos o que significa, por exemplo, Facebook. Um filme, uma propaganda ou uma reunião de trabalho possuem uma narrativa estruturada e conseguem envolver o público participante como mecanismo de educação, entretenimento, preservação da cultura e como meio para incutir valores morais. Cada história possui elementos obrigatórios: contexto (cenário), enredo e personagens, bem como o ponto de vista narrativo. Numa história geralmente encontramos pelo menos um desafio (uma tarefa difícil de ser realizada) que é enfrentado por um personagem extraordinário, num determinado contexto.

Este personagem envolve o interlocutor porque demonstra comportamentos marcantes (emocionantes) que o farão lembrar desta “história” por muito tempo.

De forma prática, estamos falando de uma poderosa ferramenta para compartilhar conhecimento, que vem sendo utilizada pelo ser humano muito antes do que qualquer mídia social. Mas, em tempos de conectividade, sai na frente quem melhor engajar seu interlocutor – então necessitamos conhecer mais – usando esta técnica.

Um bom líder de projetos que consiga envolver e explicar ao seu liderado como deve ser feito um determinado procedimento de projetos , ou como deve agir diante de determinadas situações perante o cliente ou na condução das atividades do projeto, e, ao invés de usar uma lista de ações que devem ser feitas, ele usa um exemplo (uma história) na qual aqueles procedimentos foram aplicados, conseguirá maior eficácia.

No ambiente de projetos as histórias devem ser bem coerentes e bem contadas porque ela é passada de funcionário a funcionário através das histórias, que se modificam, adaptam, ganham força e constroem a percepção de realidade.

<http://nelsonrosamilha.blogspot.com/2013/03/utilizando-storytelling-em-projetos.html>

**e-Talks | Como fazer apresentações inesquecíveis usando o Storytelling | Endeavor Brasil | 35 minutos**

<https://www.youtube.com/watch?v=ZAGhbUSQDf0>