



Cofinanciado pela  
União Europeia



# Preparação para DS

Brainstorming do Tópico e  
Técnicas de Escrita de Histórias



Este trabalho está licenciado sob uma [Licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional..](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)

# Lista de Tópicos

## 1. Economia Circular Explicada



## 2. Preparação para DS



## 3. Ferramentas Digitais para Professores



## 4. Ferramentas Digitais para Estudantes



## 5. Contando Histórias Sobre Economia Circular



## 6. Desenvolver Competências



## 7. Implementando o DS nas Escolas



## 8. Iniciando Competências para o Futuro



# No Final Desta Secção, Será Capaz de...

- 1.** Compreender os princípios e benefícios do Mapeamento Mental para o Digital Storytelling (DS).  
Perceber como é que o Mapeamento Mental o pode ajudar a organizar ideias, estruturar a sua narrativa e impulsionar a criatividade na mesma.
- 2.** Aplicar o Design Thinking para estruturar e refinar a sua história digital.  
Descobrir como é que o Design Thinking o ajuda a abordar o storytelling com uma mentalidade centrada no utilizador, garantindo que o seu conteúdo atenda às necessidades do seu público.
- 3.** Identificar e escolher o tipo de história digital mais adequado para o seu projeto.  
Aprender a escolher entre vários formatos de história digital (pessoal, narrativa, documental, baseada em entrevistas) com base nos objetivos e no público da sua história.
- 4.** Criar conteúdo envolvente que atraia emocionalmente e motive o seu público.  
Entender como criar histórias que se conectem emocionalmente, façam com que o público se sinta envolvido e inspirem ação.
- 5.** Usar elementos de design de comunicação para melhorar o impacto visual e emocional da sua história. Explorar como é que a tipografia, as cores, as imagens e o layout podem melhorar a clareza e a ressonância emocional da sua história digital.
- 6.** Estruturar e visualizar eficazmente a sua história digital para garantir clareza e envolvimento.  
Saber como organizar e apresentar o seu conteúdo visualmente para obter o máximo impacto e facilitar a compreensão pelo seu público.

# Visão Geral

Neste recurso, vamos nos concentrar nas principais etapas necessárias para preparar a sua história digital de forma eficaz. Aprender a usar o Mapeamento Mental como uma ferramenta para debater e organizar as suas ideias, ajudando-o a criar uma estrutura clara para a sua narrativa. Além disso, aprender sobre design thinking, um processo criativo que irá ajudá-lo a moldar a sua história para atender às necessidades do seu público-alvo. Nesta seção, também exploraremos os diferentes tipos de histórias digitais para ajudá-lo a escolher o formato mais adequado para o seu projeto. No final desta seção, terá um roteiro claro para planejar, estruturar e preparar a sua história digital para garantir que ela seja envolvente, focada e alinhada com os seus objetivos.

# Porque é que o Brainstorming é Importante?



## O que é o Brainstorming?

É um método criativo onde as ideias são geradas espontaneamente e sem filtros.

O objetivo é encontrar soluções para problemas ou desenvolver novos conceitos.

## As 4 Fases do Brainstorming

- ❖ Gerar e recolher ideias
- ❖ Organização
- ❖ Avaliação
- ❖ Planeamento da implementação

## O Brainstorming é essencial para o DS porque

- ❖ Incentiva ideias criativas e únicas.
- ❖ Fornece uma estrutura clara para a narrativa.
- ❖ Garante que a história se encaixa no público e no seu propósito.



# Mapeamento Mental para DS

## O que é o Mapeamento Mental?

O mapeamento mental é uma ferramenta de brainstorming visual que ajuda a organizar ideias, traçar arcos narrativos e ligar temas.

Incentiva o pensamento criativo e fornece um roteiro claro para a criação de histórias.

### Vantagens:

- ❖ **Poupa tempo:** Simples de criar, acelerando o brainstorming, reuniões, e lembrando informações mais tarde.
- ❖ **Claro e organizado:** O formato não linear corresponde à forma como o cérebro processa a informação, melhorando a compreensão e a produtividade.
- ❖ **Flexível e expansível:** Fácil de atualizar e adicionar novas ideias às estruturas existentes.
- ❖ **Reduzir o stress:** Todas as informações-chave são armazenadas num só lugar, minimizando o risco de esquecimento e melhorando a eficiência.



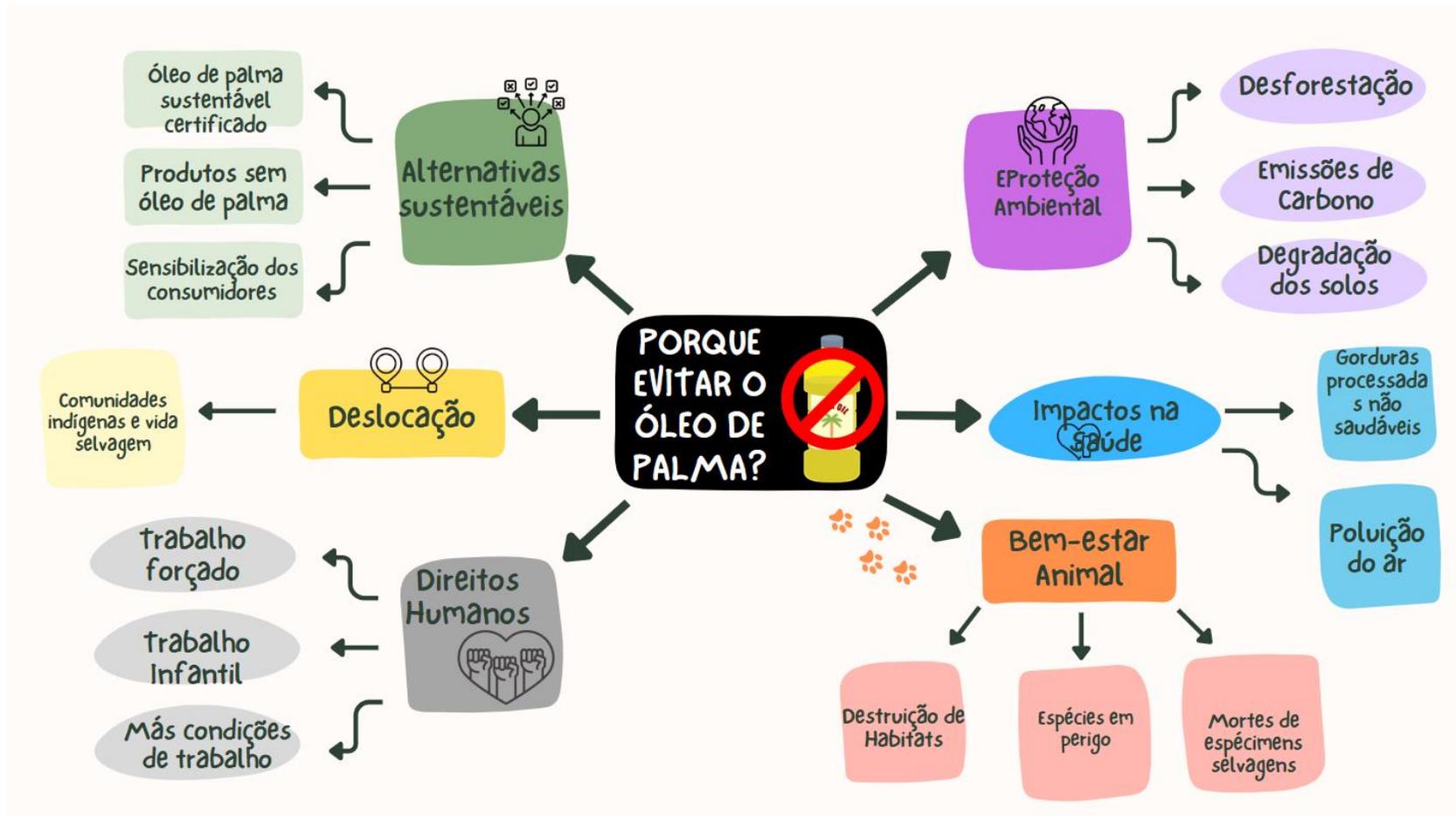
# Mapeamento Mental para DS



## Como criar um mapa mental eficaz

- ❖ **Utilizar a orientação horizontal:** Maximiza o espaço e reflete o pensamento espacial, alinhando-se com a forma como o cérebro processa a informação.
- ❖ **Comece pelo centro:** Comece com os principais tópicos e expanda para fora. Escreva palavras-chave em linhas ramificadas para fora e adicione sub-ramificações para ideias adicionais.
- ❖ **Use palavras-chave, não frases.**
- ❖ **Incorporar elementos visuais:** Adicione ícones ou desenhos simples (por exemplo, uma lâmpada para ideias, pegadas para os próximos passos). Os elementos visuais tornam o mapa mais envolvente e fácil de lembrar.
- ❖ **Use cores:** Diferenciar temas ou prioridades (por exemplo, azul para metas, vermelho para caminhos críticos, verde para soluções).

# Exemplo de Inspiração



# Design Thinking para o DS

## O que é Design Thinking?

- ❖ Um processo criativo de resolução de problemas com fases definidas.
- ❖ Centra-se no desenvolvimento de ideias inovadoras baseadas nas necessidades humanas.
- ❖ Enfatiza a colaboração interdisciplinar.
- ❖ Design centrado no ser humano: soluções à medida das necessidades do utilizador.
  - Aqui: alunos do ensino secundário.
- ❖ Tem como objetivo gerar soluções práticas e acionáveis, não apenas ideias criativas.



# Design Thinking para o DS

---

## As Fases do Design Thinking

O Design Thinking segue um processo estruturado, dividido em várias fases-chave:

- ❖ **Empatia:** Compreender as necessidades, desafios e perspetivas dos utilizadores através da pesquisa e observação.
- ❖ **Definição:** Articular claramente o problema a resolver, focando-se nas necessidades dos utilizadores.
- ❖ **Ideia:** Gerar um vasto leque de ideias e soluções, incentivando o pensamento criativo.
- ❖ **Protótipo:** Criar representações tangíveis para uma gama de ideias, para explorar potenciais soluções.
- ❖ **Teste:** Avalie protótipos com utilizadores reais, reúna feedback e refine soluções.

# Exemplo para Inspiração

## Um processo de Design Thinking para criar uma história digital sobre o impacto negativo da fast fashion

### ❖ Empatia

- Pesquise os impactos da fast fashion
- Partilhe histórias reais de trabalhadores do setor do vestuário ou ativistas

### ❖ Definição

- Problema: "Como podemos aumentar a consciencialização sobre os custos ocultos da fast fashion e promover escolhas sustentáveis?"
- Foco: Destacar questões relacionáveis (por exemplo, o curto ciclo de vida do vestuário e suas consequências ocultas)

### ❖ Ideia

- Brainstorm storytelling formats: Uma narrativa que acompanha a jornada de uma camisola desde a produção até o descarte

### ❖ Protótipo

- Desenvolva uma pequena animação ou vídeo intitulado "O que acontece com as suas roupas?"

### ❖ Teste

- Recolher feedback sobre o envolvimento emocional, a clareza e a eficácia da mensagem.

# Tipos de Histórias Digitais



- ❖ Decida o tipo de história que deseja criar antes de iniciar a sua Narrativa Digital
- ❖ O formato da história molda a forma como a sua mensagem é transmitida e afeta o envolvimento do público
- ❖ Cada tipo tem pontos fortes únicos adequados a diferentes finalidades

## Existem os seguintes tipos para escolher:

- ❖ Histórias pessoais
- ❖ Histórias narrativas
- ❖ Histórias documentais
- ❖ Histórias baseadas em entrevistas



# Tipos de Histórias Digitais



## Histórias Pessoais

- ❖ Foco em experiências individuais, emoções e reflexões pessoais
- ❖ Torne a história atraente e envolvente
- ❖ Cria empatia através da partilha de experiências

Exemplo

### **A minha jornada para um estilo de vida sem desperdício**

Um relato pessoal das lutas e sucessos de um indivíduo na redução do desperdício na sua vida diária. A história partilha momentos emocionantes, como a decisão de parar de usar plásticos descartáveis depois de ver imagens de animais marinhos afetados pela poluição.

## Histórias Narrativas

- ❖ Uma história estruturada, ficcional ou não ficcional
- ❖ Tem um começo, meio e fim claros
- ❖ Transmite uma mensagem importante de uma forma divertida

Exemplo

### **O Conto de uma Floresta**

Uma história fictícia contada a partir da perspetiva de uma árvore centenária numa floresta tropical. A árvore narra como a sua casa já foi vibrante com diversos animais selvagens, mas foi gradualmente destruída pelo desmatamento. A história inspira empatia e um apelo à ação para o reflorestamento.

# Tipos de Histórias Digitais



## Histórias Documentais

- ❖ Pesquise problemas ou eventos reais usando informações e pesquisas factuais.
- ❖ Forneça insights e crie conscientização.
- ❖ Informe o público sobre um tópico ou problema específico.

Exemplo

### O custo oculto do fast fashion

Uma história digital baseada em fatos que revela a destruição ambiental causada pela indústria da moda. Ela explora questões como a poluição da água das fábricas de tingimento, o uso excessivo de recursos naturais para a produção de tecidos e as enormes quantidades de resíduos têxteis que acabam em aterros sanitários. A história inclui entrevistas com especialistas ambientais e destaca soluções como iniciativas de moda sustentável e programas de reciclagem.

## Histórias baseadas em entrevistas

- ❖ Apresente as vozes e perspectivas de outras pessoas por meio de conversas estruturadas, dando-lhes profundidade e autenticidade.
- ❖ Autenticidade através de vozes reais e experiências vividas.
- ❖ Oferece diversas perspectivas e conhecimento especializado.

Exemplo

### Vozes da linha de frente das mudanças climáticas

Uma história digital com entrevistas com pessoas que vivem em comunidades costeiras que já estão a experimentar os efeitos do aumento do nível do mar. Esses relatos em primeira mão destacam a urgência de abordar as mudanças climáticas e fornecem diversas perspectivas sobre o assunto.

# Criação De Conteúdos Envolventes



- ❖ Antes de criar uma história digital, é importante observar de perto o conteúdo e a estratégia de envolvimento.
- ❖ Uma história digital bem preparada vai muito além de simplesmente contar uma história.
- ❖ Deve apelar emocionalmente para o espectador.
- ❖ Deve ser convincente.

Pensar com antecedência sobre como quer alcançar o seu público ajudá-lo-á a criar uma história digital mais eficaz e duradoura que não apenas informa, mas também os inspira a pensar e agir.



# Criação de Conteúdos Envolventes

 Os seguintes fatores-chave devem ser considerados com antecedência para criar conteúdo envolvente:

## Orientação para o grupo-alvo

- ❖ Adapte o conteúdo à idade, interesses e antecedentes do grupo-alvo.
- ❖ Use uma linguagem que ressoe com o público, por exemplo, linguagem simples para o público mais jovem ou termos técnicos para alunos mais avançados.

## Apelo às Emoções

- ❖ Partilhe histórias pessoais ou desafios que suscitem respostas emocionais.
- ❖ Crie personagens atraentes.

## Mensagens claras e acessíveis

- ❖ Torne a mensagem fácil de entender.
- ❖ Concentre-se numa ideia principal.



# Criação de Conteúdos Envolventes



Os seguintes fatores-chave devem ser considerados com antecedência para criar conteúdo envolvente:

## Identificar opções concretas de ação

- ❖ Mostrar que ações individuais podem fazer a diferença, fazendo com que o público se sinta capacitado para agir
- ❖ Oferecer soluções acionáveis que o público possa implementar

## Visualização de dados

- ❖ Certifique-se de que as visualizações de dados sejam claras, simples e não sobrecarregadas

## Apelo à ação

- ❖ Termine com um apelo à ação claro
- ❖ Motivar o público a agir



# Design de Comunicação em DS

 Na fase de preparação, ajuda a estruturar a sua história visual e verbalmente para que tenha um forte impacto emocional no público

## Design de comunicação:

- ❖ Garante que a história digital seja clara, envolvente e impactante.
- ❖ Concentra-se em entregar a mensagem de forma eficaz através do uso de elementos visuais, layout, tipografia e tom.
- ❖ Garante que todos os elementos estejam alinhados com o propósito da história e as necessidades do grupo-alvo.
- ❖ Ajuda o público a concentrar-se nas principais conclusões.
- ❖ Cria ligações emocionais com o espectador.



# Elementos do Design de Comunicação



## Tipografia

- ❖ Dá o tom de uma história digital e desempenha um papel importante na forma como a mensagem é percebida.
- ❖ A escolha da fonte pode evocar diferentes emoções ou impressões, como formalidade, modernidade ou ludicidade.

## Cores

- ❖ As cores são um meio eficaz de criar atmosfera e conexão emocional.
- ❖ Podem refletir o clima da história e reforçar o tema.
- ❖ Um contraste eficaz garante legibilidade e acessibilidade.

## Hierarquia Visual

- ❖ A disposição dos elementos com uma hierarquia clara chama a atenção do público para os pontos mais importantes.
- ❖ O tamanho, posicionamento e realce determinam como o visualizador processa as informações.

## Imagens

- ❖ Visuais de alta qualidade enriquecem a história, adicionando profundidade e emoção.
- ❖ Podem simplificar conceitos complexos, criar uma conexão e aumentar o impacto da narrativa.

## Layout

- ❖ Um layout equilibrado garante clareza e um fluxo suave.
- ❖ O uso eficaz do espaço e do alinhamento cria harmonia.

# Conceitos Úteis



**1. Storyboard**  
Um storyboard é uma ferramenta de planeamento visual que ajuda a estruturar a história em etapas claras e planear a realização visual.

**2. Considerações Éticas**  
As considerações éticas ajudam a garantir que as histórias digitais não sejam apenas informativas e envolventes, mas também respeitosas e precisas no tratamento dos problemas e das pessoas envolvidas.

# Conceito 1

## Storyboarding

O storyboard é um método de planeamento e estruturação visual de uma história. Todas as cenas importantes são apresentadas como esboços ou painéis nos quais o enredo, o texto e os elementos visuais são definidos. Ajuda a estruturar a história de forma lógica e clara, planeando os elementos mais importantes, como diálogos, imagens e cronologia. Também leva em conta o uso de som ou música. O storyboard torna a produção mais eficiente, evita mal-entendidos e permite que toda a história seja verificada e otimizada com antecedência.

# Conceito 2

## Consideração ética

A dimensão ética das histórias envolve o tratamento respeitoso de temas e informações sensíveis, assegurando que a discriminação e a estigmatização são evitadas tendo em conta os estereótipos. É crucial manter a veracidade para evitar a desinformação. O objetivo é garantir que as histórias sejam informativas, respeitosas e apresentem com precisão tópicos complexos de forma educativa.

### **Exemplo sobre o tema fast fashion:**

- ❖ Respeite os trabalhadores em causa e evite representações clichés
- ❖ Utilizar dados verificados sobre as condições de trabalho e o impacto ambiental
- ❖ Evite atribuir culpas a países ou culturas individuais

# Dica Prática #1



## Questão

Demasiada informação e conteúdo desorganizado

## O que fazer...

Concentre-se no essencial. Certifique-se de que a história não está sobrecarregada com demasiada informação. Escolha cuidadosamente quais fatos e detalhes são realmente importantes para transmitir a mensagem principal. Isso irá manter a história clara e compreensível.

# Dica Prática #2



## Questão

Falta de clareza sobre o propósito da história

## O que fazer...

Defina antecipadamente o objetivo principal e a mensagem central da sua história. Pense no que quer alcançar com a história e que reações quer evocar do público.

# Verifique o que Aprendeu

---

- 01.** Como usar o Mapeamento Mental para debater e organizar ideias para a sua história digital.
- 02.** As principais fases do Design Thinking e como aplicá-las ao seu processo de storytelling.
- 03.** Como identificar e escolher o tipo certo de história digital para o seu projeto.
- 04.** Como planear e estruturar a sua história digital para atender às necessidades do seu público.
- 05.** A importância dos elementos de design de comunicação (tipografia, cores, layout) na melhoria da sua história.
- 06.** Como preparar e refinar sua história digital para obter o máximo impacto.



**AdM**  
ArchiviodellaMemoria



Agrupamento de Escolas  
Marinhas do Sal  
Rio Maior



European  
Learning  
Centre



Istituto di Istruzione Superiore  
Michele Giua Cagliari



Cofinanciado pela  
União Europeia

Financiado pela União Europeia. Os pontos de vista e as opiniões expressas são as do(s) autor(es) e não refletem necessariamente a posição da União Europeia ou da Agência de Execução Europeia da Educação e da Cultura (EACEA). Nem a União Europeia nem a EACEA podem ser tidos como responsáveis por essas opiniões.