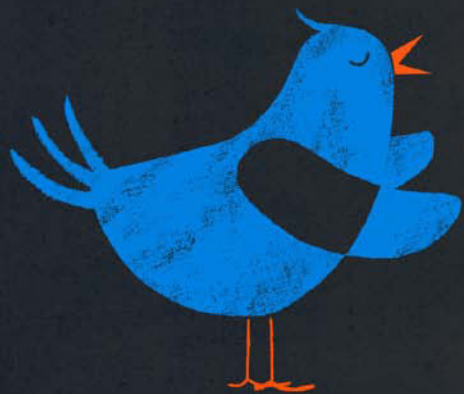
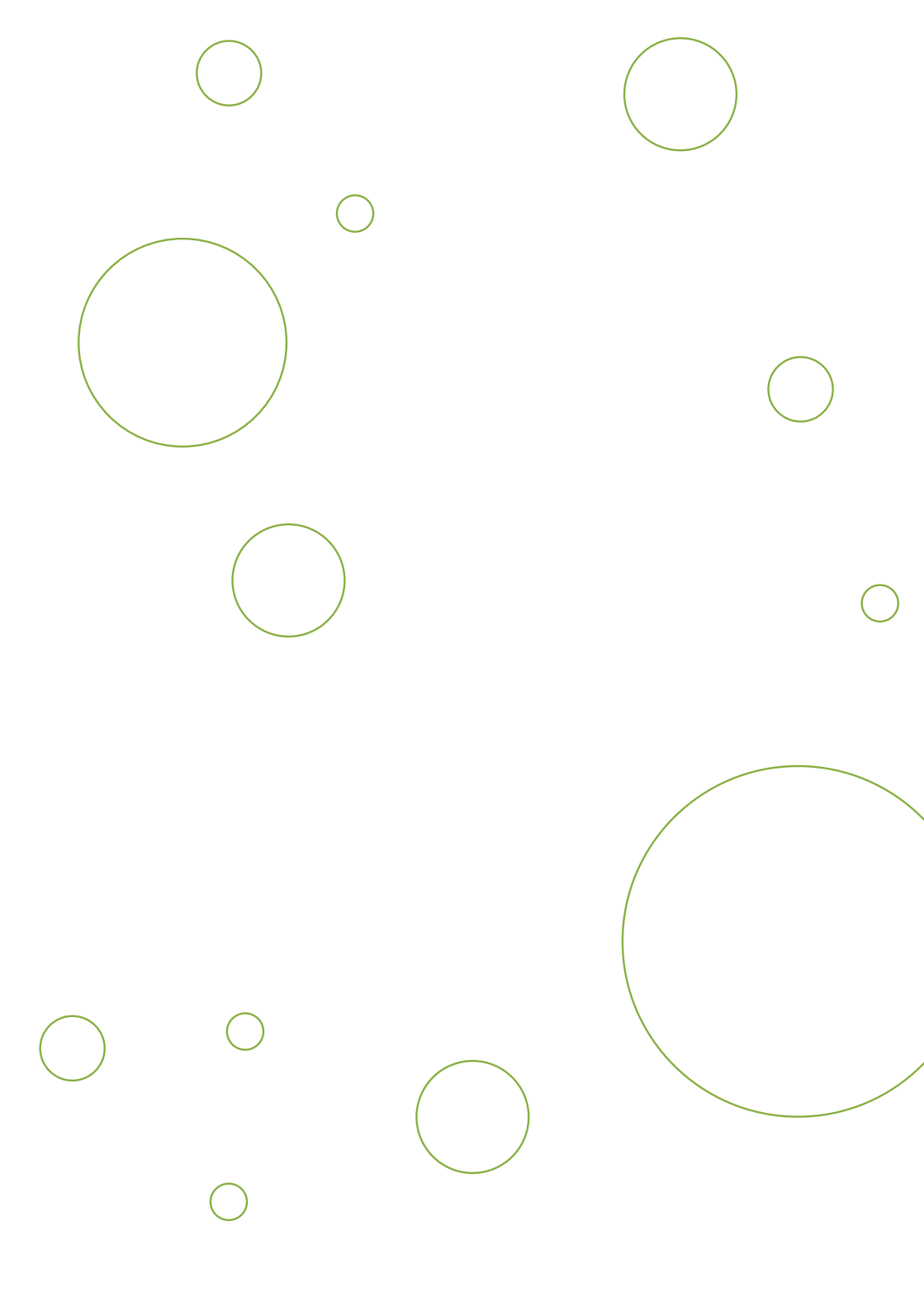


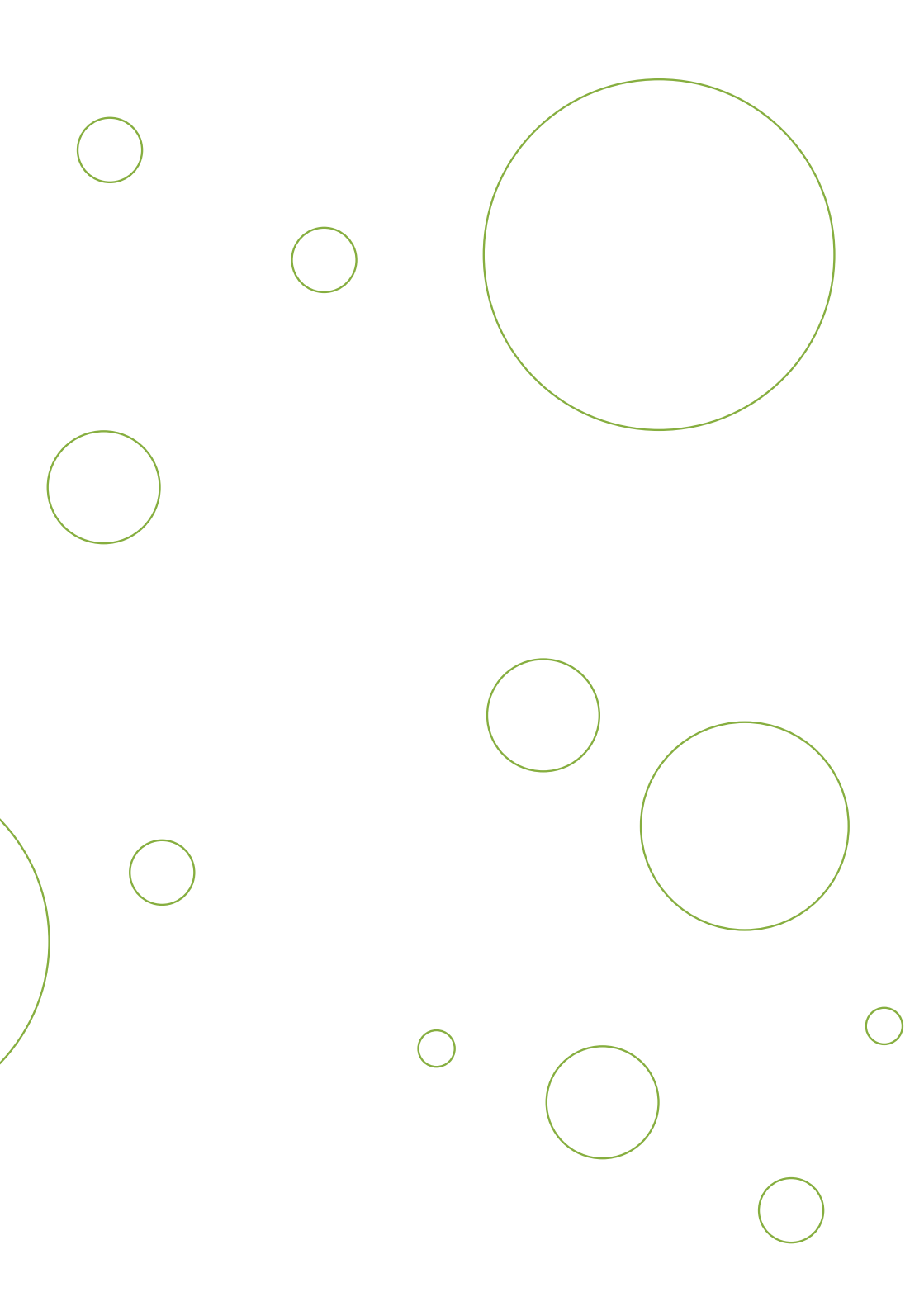


**STORY-
TELLING**

learning
handbook







ISBN: 978-989-99269-5-0

Impressão: Criação Livre | www.criacaolivre.com

tiragem: 100 exemplares

Outubro 2014

Texto: T-STORY consortium

Desenho gráfico e capa: Átemis Próvou | www.artemisprovou.com



PROJ. N.º 530860-LLP-1-2012-1-IT-KA3-KA3MP

Projecto financiado com o apoio da Comissão Europeia. A informação contida nesta publicação vincula exclusivamente o autor, não sendo a Comissão responsável pela utilização que dela possa ser feita.

Parceria T-Story



FONDAZIONEISTUD

Promotor do projecto

Fundazione ISTUD

Cristina Godio & Paola Chesi

URL: <http://www.istud.it/>



Coordenador do projecto

Advancis Business Services

Ana Barroca & Catarina Neto

URL: <http://www.advancis.pt>



IREA | Romanian Institute for Adult Education

Maria Toia

URL: <http://www.irea.ro>



University of Western Macedonia

Tharrenos Bratitsis

URL: <http://www.uowm.gr>



University of Humanities and Economics in Lodz

Emilia Szczygielska & Kamila Lasocińska

URL: <http://www.ahe.lodz.pl>



In Dialogue

Yvor Broer & Peter Fruhmann

URL: <http://www.in-dialogue.org>



FASE.Net Formación y Asesores en Selección y

Empleo

Raúl González & María Martín

URL: <http://www.fase.net>

Como Ler Este Manual

Bem-vindo ao manual de formação T-STORY!
Este manual tem como objectivo apoiar educadores/professores/formadores no uso do storytelling como metodologia de formação e foi desenvolvido de acordo com os resultados obtidos após a fase de investigação transnacional, nos sete países da parceria. O manual encontra-se dividido em três capítulos: introdução teórica ao conceito de storytelling, informação técnica relativa a tecnologias digitais e suporte técnico ao desenvolvimento de storytelling digital. Cada capítulo é apresentado de forma dinâmica, incluindo ligações web a diversos materiais de interesse (artigos, tutoriais, vídeos, etc.), casos de estudo e exemplos práticos para melhorar o processo de ensino e aprendizagem baseado em storytelling e storytelling digital, assim como exercícios que permitem aperfeiçoar o conhecimento nas áreas específicas.

Ao longo deste manual, o leitor pode aceder a ligações externas através de hiperligações ou QR Codes. Os QR Codes são códigos de barras bidimensionais passíveis de leitura através de smartphones ou outros dispositivos semelhantes; em qualquer caso, é necessária uma aplicação (disponível em qualquer loja virtual de aplicações) que lê o código e automaticamente disponibiliza a informação.

Boa leitura!

Experimente!



Índice	10
Introdução	
O Projecto T-Story	15

Capítulo 1: *Storytelling*

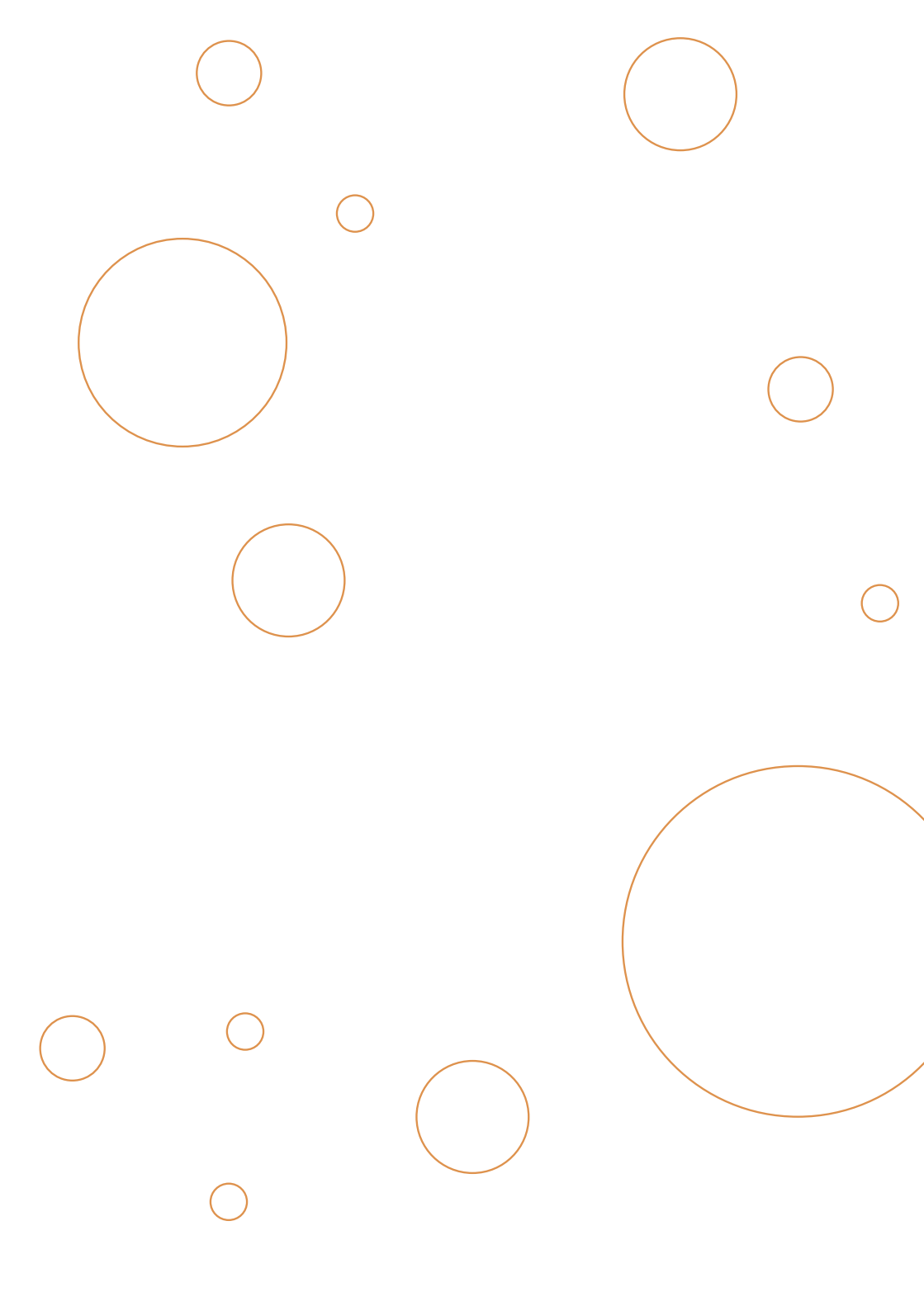
Storytelling	18
Roots and Branches	19
Storytelling: Potencial e Impacto	22
Construir Uma História:	
Os 4 Elementos	27
Construir Uma História: Analogia E Metáfora	30
Construir Uma História: Tipos De Histórias	36
Construir Uma História: Ferramentas Úteis	37
Construir Uma História: Escrita	43
Construir Uma História: Narrar	46
Actividades Com História	48
Anexos	53
Aplicação De Analogias:	
Um Exemplo	54
História De Uma Metáfora:	
Um Exemplo	56
Storytelling Em... Jardins De Infância	57
Storytelling Em... Ensino Primário	59
Storytelling Em... Ensino Secundário	60
Storytelling Em... Ensino Superior &	
Formação De Adultos	61
Storytelling Em... Saúde	62
Storytelling Em... Gestão	63
Exercícios De Storytelling	64

Capítulo 2: Tecnologias Digitais e de Informação e Comunicação

História Das TIC	76
Ferramentas Digitais e de TIC :	
Acessibilidade e Uso	79
Trabalhar Com... Imagens	81
E-Actividades: Imagens	88
Trabalhar Com... Som	90
E-Actividades: Som	92
Trabalhar Com... Vídeo	94
E-Actividades: Vídeo	100
Anexos	103
A História da Tecnologia de	
Informação	104
Recursos Digitais	105

Capítulo 3: *Storytelling Digital*

História do Storytelling-D	108
Storytelling-D: Potencial e Impacto	110
Sincronizar: Histórias + Tecnologia	112
Construir Uma História-D	115
Construir Uma História-D: Guião	116
Construir Uma História-D: Storyboard	117
Construir Uma História-D: Media	120
Actividades de Histórias-D	124
Anexos	125
Elemento de Storytelling Digital - Ritmo	126
Histórias-D em... Jardins De Infância	127
Histórias-D em... Ensino Primário	131
Histórias-D em... Ensino Secundário	133
Histórias-D em... Ensino Superior & Formação de Adultos	138
Histórias-D em... Saúde	142
Histórias-D em... Gestão	147
Páginas de Internet Dedicadas ao Storytelling Digital	150
Recursos Bibliográficos e Digitais	151



Introdução

Era uma vez...



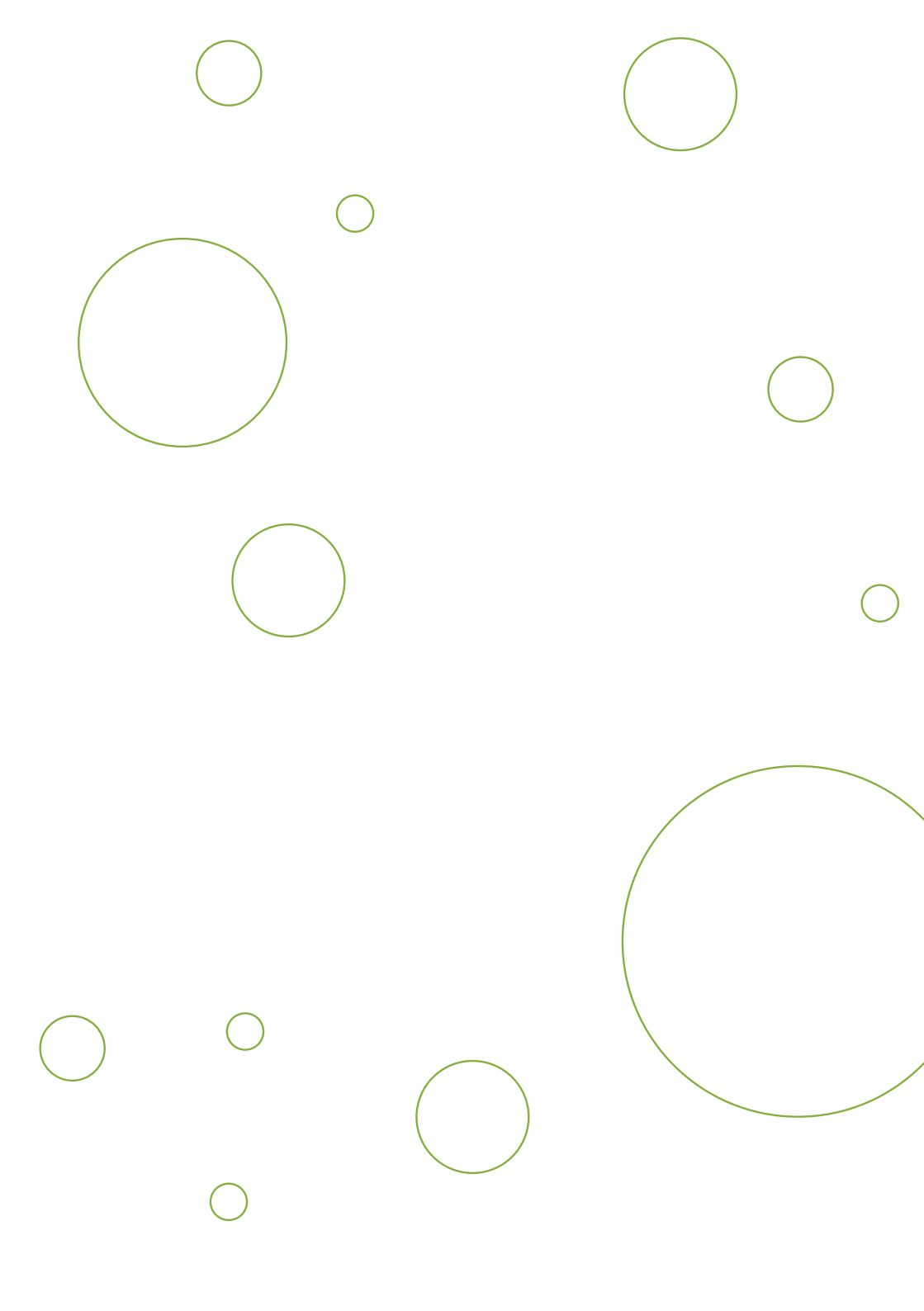
O Projecto T-Story

T-Story – Storytelling Aplicado à Educação e Formação – é um projecto apoiado pela acção transversal "Actividade-Chave 3 – Tecnologias de Informação e Comunicação" no âmbito do Programa de Aprendizagem ao Longo da Vida.

O projecto T-Story pretende promover a utilização do Storytelling e do Storytelling Digital na educação e formação a todos os níveis (formal, não formal e informal) e em toda a Europa, através do desenvolvimento de um curso digital para educadores, professores e formadores.

Saiba mais sobre o
projecto t-story em
www.tstory.eu





Capítulo 1: Storytelling



Storytelling



Story

“Uma narrativa, real ou presumivelmente real, que relata eventos e pessoas importantes de um passado mais ou menos recente; uma relação ou episódio.”
em Oxford English Dictionary. (nossa tradução)

Telling

(do verbo contar)

“Comunicar informação, factos ou notícias a alguém através de palavras escritas ou faladas.”

em Oxford English Dictionary. (nossa tradução)

“Uma história pode ser definida como uma série de frases que descrevem uma sequência de acções, eventos ou experiências, normalmente relacionadas a pessoas como actores/atrizes na história. As pessoas representadas como personagens numa história são normalmente confrontadas com algumas situações tipicamente humanas às quais – juntamente com factores e mudanças que afectam essas situações a partir do exterior – reagem e alteram-nas. Com o desenvolvimento da história, estas adaptações e mudanças, revelam ao leitor aspectos até então escondidos na situação e nas próprias personagens originais e expõem uma determinada condição que requer uma acção ou uma mudança para solucioná-la.”
- Strahovnik, Mecava (2009)



Roots and Branches

A referência mais antiga documentada concerne ao storytelling data do ano de 4000 A.C. com os contos egípcios **“The Tales of the Magicians” (1)**. A **“Epopéia de Gilgamesh” (2)** foi escrita mais tarde, aproximadamente no ano de 1800 A.C., na Suméria, mas foi transmitida oralmente durante centenas de anos antes desse período (2600 A.C.).

A famosa obra de Sheherazade - **“As mil e uma noites” (3)** - consiste num conjunto de histórias que transportam o leitor para o antigo sânscrito indiano, para as origens da Pérsia, da Síria e da Arábia. De facto, nesta conhecida narrativa podemos encontrar muitas histórias onde, de forma simbólica, a vida e o storytelling encontram-se. Scheherazade foi uma mulher que tinha de inventar, constantemente, novas histórias para manter-se viva sendo ao mesmo tempo uma excelente storyteller. De forma simbólica, a vida e o storytelling encontram-se.

Na história ocidental, as histórias tiveram um importante papel nas culturas grega, romana, alemã e escandinava. Homero, o poeta épico (800 A.C.), é reconhecido por muitos como o primeiro storyteller da cultura ocidental. As suas histórias foram escritas em papiro e sobreviveram à sua morte através da narração oral; foram interpretadas por muitos ouvintes e leitores como textos literários ideais. Pensem na **Ilíada (4)** (a batalha de Tróia), na Odisseia... Estas histórias são ainda hoje lidas e representadas.



1



2



3



4

Quatro séculos mais tarde, Platão e especialmente o seu aluno Aristóteles, investigaram filosoficamente o storytelling e respectiva estrutura. Aristóteles apresentou os primeiros textos sobre histórias e técnicas de narrativa. A Poética de Aristóteles é um relato de práticas criativas que nos contam o que incluir e o que evitar na criação de dramas poéticos, bem como qual o resultado que tais histórias procuram... Aristóteles preocupava-se com o efeito da conduta humana durante a história.

As tribos celtas estavam entre os povos que transportavam os contos de outras culturas desde as planícies orientais até ao noroeste da Europa, incorporando-os nas suas próprias

narrativas. Os ciganos nómadas também transportavam contos por toda a parte, desde a Índia à Europa ocidental.

Durante o período medieval, as histórias eram contadas (e cantadas) por trovadores recebidos nas cortes e muito requisitados nos albergues onde o storytelling era usado como um meio para receber notícias (e curiosidades) de outras zonas do país e do mundo, ligando as vidas das pessoas e criando um sentido de comunidade e entendimento comum, para além de proporcionar entretenimento.

Assim, contar uma história é um dos mais antigos métodos de comunicação.

Podemos imaginar os primeiros storytellers combinando gestos e expressões para transmitir aos seus ouvintes as experiências morais e vivenciadas – como sendo a única forma de dar a conhecer as experiências mas também de dar continuidade aos valores e regras das tribos, vigentes durante séculos. Naquela época, a tradição oral e a pintura eram as ferramentas disponíveis para difundir a palavra.

Mas depois algo extraordinário aconteceu: a invenção do prelo em 1450. As histórias tornaram-se mais acessíveis uma vez impressas, mas requeriam a capacidade de leitura e, conseqüentemente, uma alfabetização

“Após a invenção da prelo em 1450, as histórias tornaram-se mais acessíveis uma vez impressas. No século XIX, Jakob e Wilhelm Grimm recolheram contos populares, através da pesquisa de antigos manuscritos e da compilação de histórias de storytellers locais. Alguns seguidores desta tradição incluem Peter Christian Asbjornsen, Jorgen Moe, Joseph Jacobs, Andrew Lang, e Hans Christian Andersen (Baker, 1979).” Abrahmsen (1998; nossa tradução)

adequada. E por isso, durante muito tempo, esta foi uma condição restrita às famílias mais ricas.

Podemos agora concluir que, desde o início da História, o storytelling era a única ferramenta disponível através da qual as pessoas podiam preservar e partilhar a sua herança cultural. No entanto, as histórias não só explicavam a vida e preservavam a História, como também asseguravam a continuidade dos costumes de geração em geração tornando-as assim cruciais para a educação, bem como para a memorização de factos históricos, o ensino de valores culturais, a ponte entre gerações, a definição de modelos e valores e a partilha de experiências comuns.

E actualmente? Vivemos numa era digital onde a tecnologia faz sentido em todas as nossas escolhas incluindo na educação.

O progresso tecnológico é tal que a comunicação e a interactividade estão facilitadas (Jenkins, 2006) e os ambientes de aprendizagem baseados nos media são cada vez mais comuns (Gee, 2007), o que contribui para a crença de que a vida e a aprendizagem na era da informação irão ser significativamente diferentes da era industrial (Reigeluth, 1999).

Estas alterações introduzidas pelo desenvolvimento económico, ecológico, socio-demográfico e tecnológico trazem novos desafios e oportunidades aos prestadores de serviços de ensino.

E por isso falaremos de Storytelling digital mais tarde...

A educação está a mudar ...

Vejam este vídeo onde o Ken Robinson apresenta a mudança de paradigma na educação.



Storytelling: Potencial e Impacto

Potencial

Aprender através de histórias apresenta várias vantagens importantes comparativamente a outros métodos de aprendizagem. A saber:

- São favorecidas e praticadas competências de processamento auditivo e de escuta.
- A capacidade de memorização aumenta, bem como os períodos de atenção (van den Broek, 1997). Nem todas as partes de uma história são igualmente destacadas e recordadas (Stein & Glenn, 1975) e ao construir uma história podemos direccionar a atenção para partes específicas.
- Os conteúdos conceptuais e factuais dos programas curriculares são ensinados de forma eficiente e eficaz.

De facto, as narrativas e as histórias podem ter um papel crucial nos processos de aprendizagem.

As histórias eram e são ainda usadas por muitas culturas para:

- Transmitir conhecimento a gerações futuras.
- Estimular o questionamento sobre o mundo que nos rodeia.
- Despertar a curiosidade.
- Ilustrar como podemos (con)viver.

Assim, o storytelling e a interpretação de uma história são processos educativos importantes.

Dependendo da natureza e do propósito da história, podemos descrever ou empregar a mesma sequência de diferentes formas e, assim, atribuir um novo significado à história. - Strahovnik, Mecava (2009)

Actualmente, o storytelling é muito usado como um meio de ensino e formação em todas as áreas.

De acordo com Andrews, Hull e Donahue (2009), conseguimos encontrar evidências da aplicabilidade do storytelling em várias áreas de ensino e formação através de vários outros autores:

- Medicina - Whipp, Ferguson, Wells & Iacopino (2000); Churchill & Churchill (1989); Hunter (2008).
- Exército - Prevou, Cianciolo & Morris (2007).
- Aviação – Cohn (1994).
- Medicina em geral - Churchill & Churchill (1989); Hunter (2008).
- Direito – Dorf (2004); Rhode & Luban (2005).
- Gestão – Ellet (2007); Forbes Magazine Staff & Gross (1997); Swap et. al. (2001); Sole (2002).

Estes são apenas alguns grupos que aplicam o storytelling como método de ensino nas respectivas disciplinas e como



suporte ao desenvolvimento da capacidade de interpretação junto dos seus alunos e formandos.

No entanto, ao considerarmos o uso do storytelling nos programas curriculares podemos já contar com um leque de recursos passíveis de aplicação nas diferentes disciplinas e níveis de ensino.

Sendo criativo, o uso do storytelling não tem limites e o seu potencial cresce com o aumento do número de ouvintes.

Recursos de ensino através do uso do storytelling...

Tes Connect



The Guardian



International Reading Association



Impacto

“Se pudéssemos codificar o conhecimento para ser transmitido e incorporá-lo numa história, este poderia tornar-se memorável de forma mais fiel que através de qualquer outro meio.” – Egan (1989)

Como destinatários principais do impacto causado pelo storytelling - enquanto técnica importante no processo de aprendizagem e compreensão – encontramos os intervenientes: o narrador e o ouvinte. Os intervenientes adquirem um maior entendimento entre ambos, o que ocorre devido à interacção que o storytelling exige e que, conseqüentemente, aumenta a compreensão sobre a história e sobre as aceções do narrador e do ouvinte. Por outro lado, esta interacção também resulta da possibilidade de troca de papéis podendo o aluno/formando ser o narrador e o educador/formador o ouvinte e vice-versa.

Desta forma, podemos explorar um conjunto de impactos para ambos, narrador e ouvinte:

- Desenvolvimento de linguagem expressiva, quer no discurso como na composição escrita, e desenvolvimento de linguagem receptiva, quer na leitura como na audição.
- Retenção do conhecimento uma vez que as histórias são memoráveis, o que faz com que a informação obtida seja preservada durante um longo período de tempo.
- Competências de pensamento crítico, uma vez que as histórias estão abertas à interpretação e convidam o ouvinte a ser criativo no processo de audição ou leitura.
- Competências de pesquisa, compreensão, apresentação e avaliação são melhoradas ao trabalhar numa história e reagindo e respondendo a uma curiosidade emergente.
- Maior conhecimento e empatia face a outras culturas e raças, melhor compreensão de experiências e valores diferentes e capacidade de acção sobre os comportamentos futuros dos indivíduos.
- Melhoria da inteligência social e emocional. Uma história liga sempre o conhecimento com as emoções e dá a possibilidade de nos identificarmos.
- Dedicção ao trabalho. Aumento da motivação e atenção perante uma nova ferramenta e meio de trabalho e aprendizagem.

- Clima positivo em sala/aula. A dinâmica criada à volta desta nova ferramenta assim como a interação com as actividades de grupo constroem o melhor ambiente para ouvir e aprender. Da mesma forma, o aumento da capacidade para aprender e discutir faz com que o interveniente se sinta seguro e mais activo.
- Os resultados finais são positivos em termos de satisfação, aprendizagem e eficácia.

Em suma, educadores e formadores podem assegurar resultados bastante positivos junto dos seus alunos e formandos, nomeadamente no que se refere a níveis de concentração, criatividade e interpretação.

Ouvinte	Narrador
Atenção / Concentração	Comunicação
Interpretação	Criatividade / Imaginação
Pensamento crítico	Pensamento crítico
Audição	Escrita
	Leitura / Vocabulário

Embora a partilha de histórias e conhecimento possa ser igualmente aplicada a um conjunto de áreas e profissões, são identificados diferentes impactos.

Gestão

As organizações que desejam reter e partilhar informação essencial já perceberam que as histórias são um meio valioso de:

- Partilhar normas e valores.
- Desenvolver confiança e compromisso.
- Partilhar conhecimento tácito.
- Facilitar o desaprender.
- Gerar uma ligação emocional.

Saiba mais sobre o grant's true tales



Saúde

Existe já muita informação sobre os benefícios terapêuticos do storytelling. “Ter tempo para ouvir a história do paciente ou para oferecer a sua própria história como intervenção terapêutica dá aos profissionais de saúde a possibilidade de alargar as suas habilidades de auxílio.” – Heiney (1995). Conheça algumas das vantagens desta prática:

- Moralidade, dado que os profissionais de saúde e pacientes reflectem sobre cada situação e papel podendo encontrar um significado e uma estratégia para enfrentá-la.
- Quebra-gelo ao ajudar a enfrentar alguns constrangimentos no contacto entre ambos, profissionais de saúde e pacientes.
- Experiência e conhecimento - numa actividade tão prática as histórias dos outros são uma chave importante para aprender com os erros e optar por uma melhor abordagem.



Conheça histórias
de pacientes

Marketing

As histórias de uma marca podem atrair clientes tomando os produtos conhecidos e confiáveis. Quem não conhece a história da Apple? Neste caso o storytelling

- Desenvolve uma identidade de marca.
- Aumenta as vendas.
- Diminui a distância entre a marca e os clientes.



Veja a
publicidade da
coca cola



Construir Uma História: Os 4 Elementos

Todos nós temos uma história para contar e é apenas uma questão de tempo até nos sentirmos inspirados para escrever uma grande história. Mas as histórias podem descrever uma experiência real ou uma ideia procedente de um determinado tópico – uma lição, um capítulo ou apenas uma questão colocada em aula. No entanto, todas as histórias seguem uma estrutura comum que combina 4 elementos principais.

I. Tema | O quê?

A ideia detrás de uma história pode surgir a partir de qualquer área de estudo e nível de ensino.

Tal acontece porque as histórias são universais e podem ligar as diferenças culturais, linguísticas, etárias, etc.

Assim, para disciplinas de ciências, matemática, arte, gestão ou saúde o tema escolhido para a história será um conceito central. E a partir de qualquer conceito que queiramos ensinar, formar ou desenvolver, existe um conjunto de eventos que vão caracterizar esse mesmo conceito e as respectivas personagens.

Por isso não existem limites na escolha do tema. Tudo pode ser transformado numa história entusiástica e memorável.

II. Cenário | Onde?

O cenário de uma história refere-se ao tempo e local em que a mesma decorre. Isto é, uma vez definido o tema, os eventos que o suportam ocorrem num determinado tempo e local.

O local é descrito pelos aspectos mais importantes e cruciais para o desenvolvimento da história.

Excepto nas histórias fictícias, o tempo está já definido uma vez que os eventos acontecem em determinados momentos da História. Mas o tempo pode também ser genérico, no mesmo dia, mês ou ano ou pode variar com uma evolução notável durante a história.

III. Personagem(ns) | Quem?

Pessoas, animais, entidades, números, etc, as personagens são qualquer um ou qualquer coisa que faz parte da acção.

As personagens podem ser descritas através do papel que interpretam e/ou através de características concretas que definem a sua identidade.

A definição das suas qualidades e funções deve estar relacionada com a importância das suas acções durante o desenvolvimento da história.

IV. Enredo | Como?

A maioria das histórias começa com personagens que se encontram num mundo familiar e com um conjunto de papéis e identidades.

Depois, algo acontece que perturba a ordem e as personagens tentam evitar a crise, mas são confrontadas com situações que devem ultrapassar/solucionar.

Nesse momento de reconhecimento e compreensão, as personagens mudam e alcançam uma nova ordem.

Este conjunto de eventos é identificado no enredo da história – um esquema de vários momentos que constroem uma história – com um princípio, um meio e um fim.



O início:

Faça com que o início cative o ouvinte. Uma questão, um dilema ou uma controvérsia pode já agarrar a atenção de qualquer audiência.

O meio:

Descrever o curso dos eventos:

O que aconteceu?

O momento de viragem da história, onde a personagem principal faz a grande e única decisão que define o resultado da história.

O fim:

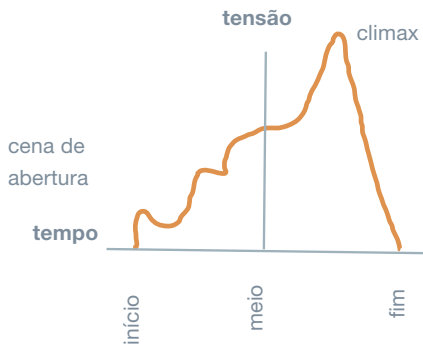
Revela a conclusão:

Como foi resolvida a situação?

É neste momento que pode ser apresentado um significado ou objectivo: **o que podemos aprender?**

Pensando nos aspectos particulares da história que são importantes é possível definir os seus momentos chave — a cena de abertura; a crise; o climax; o desenlace.

Progresso da história



Construir uma História: Analogia e Metáfora

A analogia e/ou a metáfora estão indiscutivelmente ligadas à nossa cognição e pensamento conceptual e, por isso, são parte de como experienciamos e explicamos o mundo, assim como são uma ponte para nos expressarmos em conversações diárias mas também em histórias. E por isso consideramos importante dar alguma atenção a este fenómeno incontornável na compreensão linguística.

Analogía

A analogia é um processo cognitivo de transferência de informação ou significado sobre um determinado tema (o análogo ou a origem) para outro determinado tema (destino). A palavra analogia refere-se assim à relação entre a origem e o destino que é frequentemente, mas não necessariamente, similar.

O conjunto que serve como fundamento à compreensão é chamado de "base" enquanto o resultado é normalmente classificado como "analogia".

A analogia tem um importante papel na resolução de problemas, tomada de decisão, percepção, memória, criatividade, emoção, esclarecimento e comunicação assim como nos estudos psiquiátricos e pedagógicos. Está igualmente incorporada em tarefas básicas como a identificação de locais, objectos e pessoas, como por exemplo nos sistemas de percepção do rosto e de reconhecimento facial. A analogia foi também já referida como o centro da cognição. A linguagem analógica específica implica a exemplificação, a comparação, as metáforas, as similaridades, as alegorias e as parábolas...

A analogia é importante não só na linguagem ordinária e no senso comum (onde os provérbios dão muitos exemplos da sua aplicabilidade), como também na ciência, na filosofia (Platão é autor de um famoso ensaio conhecido como "De analogia"), nas humanidades e... no storytelling.



Os conceitos de associação, comparação, correspondência, homologia morfológica e matemática, homomorfismo, iconicidade, isomorfismo, metáfora, semelhança e similaridade estão intimamente relacionados com a analogia. Na linguística cognitiva a noção de metáfora conceptual pode ser equivalente ao de analogia.

Saiba mais sobre analogias...

Projecto europeu LEAN – Learning from ANalogies

Veja um exemplo sobre a aplicação de analogias em anexo.



Metáfora

As metáforas estão profundamente enraizadas no nosso pensamento conceptual. Lakoff & Johnson (1980,2003) tentaram demonstrá-lo com a sua teoria de metáfora cognitiva (ou conceptual): o que dizemos ou escrevemos são metáforas verbais, mas nas nossas mentes estamos ocupados com o contexto em que nos encontramos – o cenário, o ambiente, as conversações com os outros, etc.

Quando contamos histórias, usamos – inconsciente ou conscientemente – estas competências intrínsecas. Quando estamos numa conversação, usamos palavras ou frases que ilustram o contexto e os nossos sentimentos dentro do contexto de forma mais inconsciente que consciente.

De acordo com Lakoff & Johnson, uma metáfora é a descrição de um domínio abstracto (o domínio de destino) em termos de outro domínio (concretamente indicado) – o domínio de origem e ambos são domínios conceptuais. Em suma, o domínio de destino é aquele que tentamos entender através do uso do domínio de origem.

De qualquer forma, podemos dizer que a metáfora – como uma competência cognitiva e conceptual – pode ser uma ferramenta poderosa para avivar e inspirar a imaginação.

Em seguida apresentamos cinco domínios de origem comprovados e/ou frequentemente usados, mas obviamente existem muitos mais. Provavelmente, irá reconhecer a maior parte deles e até adicionar alguns característicos da sua própria língua.

<p>O corpo humano</p>	<p>This was a sick joke The head of our organisation He was a pain in the ass The leg of a table The foot of a mountain To open one's heart to others A tropical depression was born</p>
<p>Artefactos</p>	<p>Her home was a prison He is the chairman The wheels of justice Words can be weapons They were glued to their seats Censorship is a barrier</p>
<p>Coisas da vida</p>	<p>He listened to her story with a wooden face George is a sheep My father is a rock Our company is growing The fruit of knowledge</p>
<p>Actividades humanas</p>	<p>The test was a walk in the park She cut him down with her words Argument is war Marriage is a journey We'll whip inflation He had a battle plan</p>
<p>Ambiente/ Fenómenos naturais</p>	<p>A teenage boy's room is a disaster area Waves of spam emails inundated his inbox She had stars in her eyes He is a hurricane Out of the blue, a deadly wall of water It hit me like lightning</p>

Assim, em suma, e mais uma vez:

Uma metáfora fala sobre o desconhecido com termos conhecidos; torna o destino (tópico) compreensível como se da origem se tratasse.

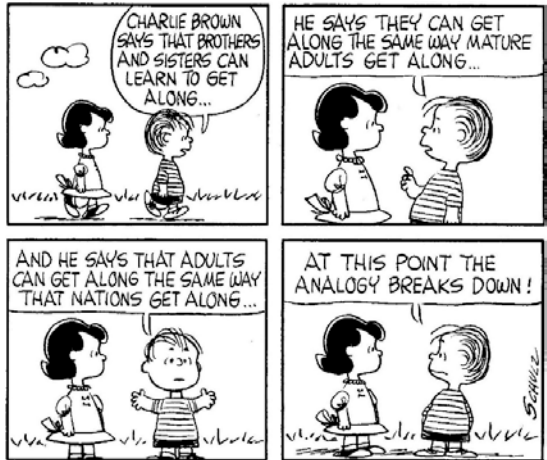
Saiba mais sobre metáforas...

Uma explicação de Jane Hirshfield



Verifique um exemplo de uma história metafórica em anexo

Banda desenhada de charlie brown e um exemplo de analogia



Banda desenhada de garfield e um exemplo de metáfora

Construir uma História: Tipos de Histórias

Embora não seja fácil resumir ou categorizar as histórias num só grupo, uma vez que vários autores classificam as histórias de forma diferente, optamos por apresentar em seguida a categorização proposta por Robin (2006) que considera três grupos principais de histórias:

Narrativas pessoais consideram todas as histórias que “descrevem eventos, detalhes, pensamentos, sentimentos e experiências da vida do escritor onde esses eventos são apresentados com uma ordem temporal similar à que efectivamente aconteceu” (Smeda, 2010). Este tipo de histórias serve múltiplos propósitos educativos uma vez que os ouvintes podem aprender acerca das experiências do narrador e aplicá-las à sua própria vida ou apenas estabelecer pontes entre ambas. Por exemplo: para ensinar os alunos e formandos sobre diferentes origens e culturas, para ensinar pacientes sobre determinados tratamentos ou consequências das suas doenças, para ensinar empregados e clientes sobre a origem da empresa.

As narrativas históricas “descrevem a vida de pessoas ou instituições (e.g. o registo da condição médica de um paciente ou a história de uma cidade)” (Smeda, 2010). Neste tipo de histórias, a informação histórica não só situa os ouvintes no contexto temporal em que decorre, mas também inclui diferentes características

que descrevem de forma apropriada um período distinto. Os alunos e formandos enfrentam frequentemente dados históricos em diferentes áreas de ensino – matemática, história, ciência, etc. – e por que não ensinar a mesma matéria através do storytelling?

As histórias informativas ou instrutivas visam “transferir a informação ou enviar uma mensagem para o ouvinte incorporando conhecimento ou informação sobre um tema importante (e.g. questões de saúde, mudança de planos, regras ou políticas)” (Smeda, 2010). Assim, este tipo de histórias apresenta características específicas para o ensino na ciência, na saúde, no direito, na gestão, etc.



Construir uma História: Ferramentas Úteis

Apresentamos em seguida dois exemplos de ferramentas a utilizar na organização da ideia para uma história, criando um progresso coerente de acordo com os 4 elementos da história.

Ambos os exemplos requerem uma actividade de brainstorming individual ou em grupo de forma a reunir todos os elementos. No final, cada ferramenta serve como uma base vital para trabalhar a história, estruturando frases e ligando o início com o meio e o fim da história.

Linha temporal



Actualmente, o Facebook apresenta cada perfil na forma de uma linha temporal – a nossa história de vida é contada através de fotografias, amizades e as datas marcam diferentes eventos durante a nossa vida.

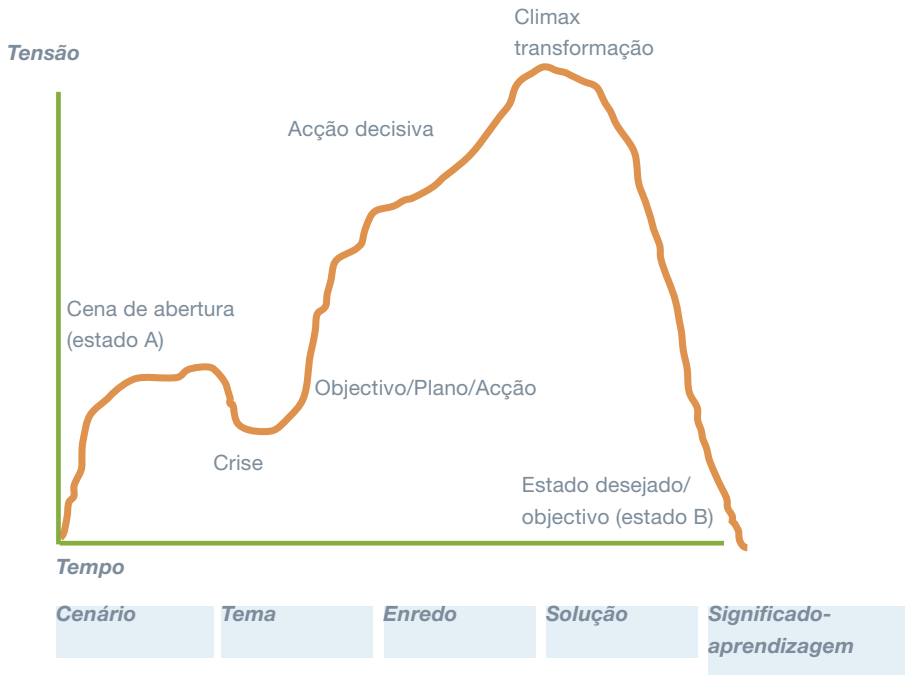
Com uma linha temporal é possível apresentar uma lista de eventos com uma ordem cronológica, descrevendo desde logo o progresso da história.

Existem vários tipos de linhas temporais assim como software para a sua criação sendo esta uma ferramenta principalmente usada na gestão de projectos.

Para além dos exemplos de linhas temporais aqui apresentados, estas podem tomar diferentes formas.



Outro exemplo de linha temporal é a seguinte estrutura, totalmente adaptada ao desenvolvimento de uma história.



Para construir a história pode incluir tantos detalhes quanto possível sobre cada elemento – cenário, tema, enredo e solução.



Cenário	Tema	Enredo	Solução	Significado-aprendizagem
Tempo	Tempo e local	Tempo e local	Tempo e local	Ensino
Local	Complicação	Plano	Acção das	Lição(ões)
Personagens	Conflitos que quebram o equilíbrio	Acção decisiva (ou tentativa)	personagens	aprendidas pelas personagens
Situação/condição geral	Personagens envolvidas	Ponto de viragem	Situação nova após a acção decisiva	Lição(ões) aprendidas pelos ouvintes
Situação específica na qual as personagens ficam envolvidas	Personagens envolvidas (protagonista, antagonista, etc) Dilema para solucionar	Rumo à transformação	Estado desejado/objectivo alcançado (estado B) Situações específicas do envolvimento dos personagens	

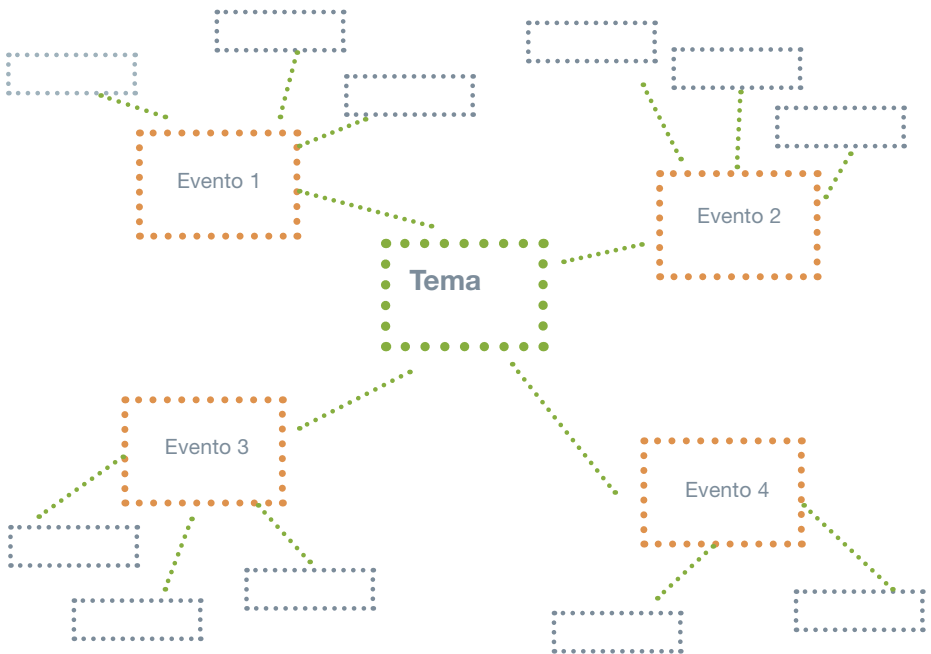
Mapa Mental

O mapa mental consiste num diagrama usado para visualizar a informação dividida em elementos.

Mais uma vez, é normalmente usado na gestão e existem alguns exemplos de softwares que permitem a sua criação.

Neste caso, após seleccionar o tema, os elementos da história emergem em torno

do tema central. Assim, e de acordo com o exemplo de mapa mental aqui apresentado, o tempo, o local, as personagens, os eventos e dilemas podem ser incluídos para cada categoria principal destacada, como eventos.



Em seguida é apresentada uma lista de possíveis elementos para construir histórias...

Personagem	Localização	Tempo	Problema/ questão/Tema	Traços da(s) personagem principal que causa o problema / problemas
Criança	Casa	Antigo	Perde algo	Perigosamente curioso
Rapariga/Rapaz	Quinta	Moderno	Foi capturado/a	Não segue conselhos
Homem/Mulher	Escola	Futuro	Vai a um local proibido	É preguiçoso
Idoso/Idosa	Museu	Comparação entre o passado e o presente	Encontra um objecto proibido	É egoísta
Família	Vila		Tem um inimigo(s)	É pessimista
Personagem histórica	Mundo transcendente		É menosprezado	Está farto de si próprio
Personagem mitológica	Cidade		Necessita mudar	Está cegamente apaixonado/a
Artista	Parque		É ignorado	É ingénuo e confia
Pessoa famosa			Causa inveja /é invejoso	É inexperiente
Espírito			Não gosta de algo	É invejoso
Feiticeiro/fada			Necessita algo	Tem falta de confiança
Animal (existente ou não)			Necessita fugir ou esconder-se	É tonto
Ideia			Necessita salvar alguém/ algo	
Máquina				
Coisa				
Planta				

Traço(s) das principais personagens que dão uma solução	Como a solução é alcançada	O significado / ensino / aprendizagem (as personagens principais)
<p>É corajoso/a É talentoso/a Tem imaginação É generoso/a É esperto/a É forte É otimista Aceita ser ajudado/a Comunica e revela os seus sentimentos</p>	<p>Através de uma ajuda mágica/não mágica É resgatado/a É transformado/a Descobre competência(s) Auto ajuda-se: exercícios/esperteza/características internas Tem um grupo de trabalho/apoio/ cooperação, colaboração Através de uma viagem empreendida para encontrar uma solução</p>	<p>É recompensado/a É sábio É transformado Fica bem É consciente Tem um impacto positivo no mundo Aprende uma nova forma</p>

Lembre-se que pode criar as próprias personagens, locais, tempos, temas, situações, soluções e significado sem seguir os exemplos aqui dados. Mas é importante incluir no diagrama todos os elementos necessários para escrever a história.



Construir uma História: Escrita

Ao escrever a história existem expressões específicas usadas para marcar os distintos momentos na história, como:

- Era uma vez / Um dia / Há muito tempo – a introdução. Defina a cena: onde começa a história?; surgem as personagens principais: quem é ele/ela?
- De repente – as personagens da história são confrontadas com um desafio.
- E depois – as personagens agem para responder ao desafio.
- Felizes para sempre (não necessariamente) – Como resolveram o desafio colocado?

No entanto, para cada parte – o início, o meio e o fim – existe um conjunto de eventos marcados por perguntas e dúvidas que devem responder a questões vitais. Estas ajudam a focar nos assuntos importantes a ser tratados durante o desenrolar da história. A forma de apresentar a personagem ou o local ou um evento sem significado na fase final podem fazer com que perca a atenção dos ouvintes e, mais importante, com que perca toda a história.

Questões a considerar para conseguir a atenção na história:

- Qual a principal questão ou problema que a história irá explorar?
- Quais os eventos ou experiências que irão ajudar a contar a história?
- Como irá terminar?
- Como a audiência se deve sentir (no início e no fim)?
- De que forma a perspectiva ou o ponto de vista devem mudar?

E lembrem-se...

A repetição é um dos elementos mais importantes da história. Facilita a retenção. Cria familiaridade e contribui para fazer associações que ajudam a tornar a mensagem mais memorável. Podem repetir alguns conceitos ou detalhar mais que uma vez, mas nesse caso usem diferentes palavras e expressões ...vistam o mesmo significado de forma distinta!

Contudo, não exagerem ou vão parecer um disco riscado! Quando a repetição é em excesso a atenção da audiência diminui.

Normalmente, existe alguma dificuldade ao terminar a história; maioritariamente quando implica a aprendizagem de um significado, uma lição.

Para chegar à última parte da história podem ser usadas perspectivas emocionais. O cenário e as personagens têm sempre uma origem emocional que ajuda a tornar a história memorável:

- Um sonho
- Um desejo
- Um dissabor
- Um medo
- Uma crença
- Uma perda
- Uma descoberta
- Um sucesso
- Algo entusiasmante

Mesmo ao criar uma história a partir de um tema extremamente analítico, pode haver um autor, um investigador ou outra personagem na história e podemos espicaçar a curiosidade sobre a sua vida, sobre como descobriu algo ou, ainda melhor, como inventou algo que ainda hoje usamos diariamente. E é isto que torna a história memorável.

Veja agora alguns exemplos práticos:

Tema	Evento / Significado
Erosão do solo	Pessoas que experienciam o problema pessoalmente. A experiência de um morador numa área afectada.
Teorema de Pitágoras	Usar o teorema numa situação comum aos/às alunos/as, como por exemplo num jogo de bilhar com os amigos.
Leis de movimento de Newton	Um jogador de futebol que conta um exemplo de como estas leis influenciam os seus movimentos.
Idiomas	Palavras semelhantes com diferentes significados como parte de uma história engraçada.
Cultura organizacional	As histórias do Director e dos empregados relativamente a momentos específicos com características únicas que definem a identidade de uma empresa.
Um novo produto	Uma primeira experiência positiva com o produto contada pelos clientes.
Tratamento de um paciente	Outras experiências de pacientes e como adaptam o tratamento ao seu dia-a-dia.

Construir uma História: Narrar



Como contar a história?

Observar a audiência é crucial para entender qual a comunicação verbal e não-verbal mais apropriada.

O storytelling oral envolve muita interação entre o narrador e o ouvinte uma vez que são estimulados os sentidos e as reações assinalam como proceder com a história.

Logo que a história está escrita ou foi seleccionada, começamos o treino.

- Leia a história várias vezes.
- Analise ao que apela, as palavras e as imagens que os ouvintes devem ver e o ambiente que quer criar.
- Pesquise a origem e o significado cultural das personagens e dos locais.
- Visualize - imagine os sons, os paladares, o odor, as cores.

Uso da comunicação verbal – a voz

- Crie a atmosfera ou construa momentos de tensão de acordo com o progresso da história.
- Trabalhe o tom de voz para destacar a acção na história e marcar diferentes eventos.
- Construa o progresso da história controlando o ritmo e as pausas.
- Prepare o fim da história.

Uso da comunicação não verbal

- Use expressões faciais, gestos e a postura para mudar de personagem para personagem.
- Use gestos e expressões faciais para facilitar a visualização da história.
- Exprese sentimentos.

Dependendo da audiência, é possível usar voluntário(s) da mesma na história como personagens ou fazendo efeitos sonoros, por exemplo.

É importante pensar na audiência enquanto prepara e conta a história dado que o narrador deve estar sensível às reações da audiência para, caso necessário, recuperar a sua atenção. Por outro lado, os membros da audiência podem interromper, pedindo atenção. Neste caso, pode ignorá-los ou, melhor solução, pode fazer uma pausa até que terminem com a atitude menos positiva e pode ainda envolvê-los na continuação da história para superar a pausa.

E lembre-se...

Linda Anderson, uma conhecida voz em literatura, disse

“Todas as histórias são contadas a partir de um ponto de vista, a perspectiva de um determinado narrador. Através de cada peça de ficção que escreva deve antes perguntar-se: de quem é a história? Quem a contará? A história deverá ser contada pela personagem principal? Ou por uma personagem secundária que testemunha os eventos? Deverá ser contada por uma testemunha anónima que presencia a acção sem comentar? Ou por um poder onisciente que pode revelar os pensamentos e sentimentos mais íntimos de todas as personagens?”

Actividades com História



Neste momento, estes são os conceitos e as ferramentas indispensáveis para criar uma história.

Alguns dos exercícios que se seguem, introduzilo-ão no mundo do storytelling ajudando a adquirir alguma experiência em como imaginar, organizar e finalizar uma história.

Todos os exercícios apresentados podem também ser aplicados em aula/sala de forma a introduzir os/as alunos/as e formandos/as ao storytelling e motivá-los a usar esta ferramenta de ensino e aprendizagem.

Exercício - a.

Em seguida encontra os principais ingredientes para uma história. Recorda o objetivo de cada um deles? Coloque-os por ordem e descreva cada um!

O cenário...

O significado...

O tema...

O enredo...

A solução...

Exercício - b.

Existem alguns ingredientes secretos que tomam uma história ainda mais interessante!

Em seguida, apresentamos alguns desses ingredientes e pedimos que os explique.

Conhece mais algum?

Exagero...

Ponto de viragem...

Intenções e sentimento do protagonista...

Uso de analogias...

Descontinuidade, interrupção inesperada...

Exercício - c.

Agora que conhecemos o esqueleto que sustenta a estrutura de uma história, precisamos responder a algumas questões antes de criar uma história. Que tipo de informação devemos dar em cada uma das seguintes questões?

Qual é o tópico?...

Porque quer contar esta história?...

Quem é a audiência?...

Que tipo de história devo escolher para este objetivo?...

Quais são os eventos e experiências a nível geral?...

Quais as mudanças ou o que tem de mudar?...

Como acaba?

Como se deve sentir a audiência?...

O que é que vão aprender com a história?...

Exercício - d.

Por favor leia a seguinte história.

O papel azul, uma história de Albert Payson Terhune

John Thane, um jovem americano de sucesso, foi enviado pela sua empresa numa viagem de trabalho a França.

Ele nunca esteve no estrangeiro e não fala francês.

Ao chegar a Paris ao fim da tarde, ele regista-se num quarto de hotel, saindo depois para um café. Numa mesa próxima, vê uma bela jovem francesa que sorri continuamente para ele. Ele não responde e, após breves momentos, ela pega num pedaço de papel azul da sua bolsa e escreve algo, deixando-o cair aos seus pés. De seguida, olhando profundamente para ele, levanta-se e rapidamente desaparece na multidão da avenida.

Curioso, e lamentando que tenha falhado no contacto com tão charmosa criatura, Thane recupera o papel.

Nele estão algumas palavras em francês. Na expectativa que a jovem mulher tenha escrito algo para ele, pede ao empregado para traduzir a mensagem. Após olhar horrorizado para as palavras, o homem ordena que Thane abandone o café.

De volta ao hotel, Thane conta ao recepcionista

a sua estranha experiência e mostra-lhe o papel. O recepcionista olha-o com aversão e pede que abandone o hotel, recusando qualquer explicação.

Atorreado e miserável, Thane coloca o papel no seu bolso, determinado a não o mostrar a mais ninguém naquele estranho país.

Depois de regressar à América, ele conta a história ao presidente da sua empresa, um francês nativo, que é amigo do seu pai e seu amigo há anos. O presidente concorda que deve ter sido alguma piada de mau gosto e oferece-se para ajudar a resolver o mistério.

Mas quando Thane lhe mostra o papel o presidente olha-o contorcendo os lábios, atira o papel à cara de Thane e ordena que saia do escritório despedindo-o. Sem trabalho, esmagado, Thane cambaleia pela rua. Não só perdeu a paz de espírito como a sua carreira - tudo por causa de algumas palavras num pequeno pedaço de papel!

Por fim teve uma ideia. A sua velha ama, que lhe é tão dedicada, é francesa (que coincidência). Dirigindo-se para a sua casa, ele conta-lhe a história da situação terrível que passou. Ela jura solenemente que irá traduzir as palavras misteriosas. Assim que ele se senta retira uma pistola e coloca-a na mesa entre eles. "Uma tradução correcta e simples", ele relembra-lhe, "ou eu jamais sairei desta sala vivo." Ela acena

com a cabeça e estende a mão para o papel. Thane procura o papel no bolso onde o guardou durante todo o tempo. Depois ele apalpa todos os bolsos, histérico. O papel tinha desaparecido; Thane nunca mais o viu...

Considerando esta história perturbadora, por favor preencha a ferramenta apresentada na página 38 com os elementos principais da história. Se preferir, pode selecionar outra ferramenta para responder a este exercício! Depois, pode enriquecer a história do “Papel Azul”. Inspire-se e dê um final a esta história!

Exercício - e.

Explore os exemplos práticos em anexo e tente adaptá-los à sua área profissional e audiência.

Nota: Pode ajustar o programa de ensino/ conteúdos a novos planos de lições. Comece por definir a sua audiência e quais os objectivos das lições. Em seguida, pode definir a duração da sua lição em dias ou apenas horas.

Faça uma introdução geral ao tema que apresentará e tente encontrar quais os conhecimentos prévios e expectativas da sua audiência. Depois pode contar a história e terminar com tempo para discutir e interpretar; tente extrair da sua audiência o maior número de detalhes e significados.

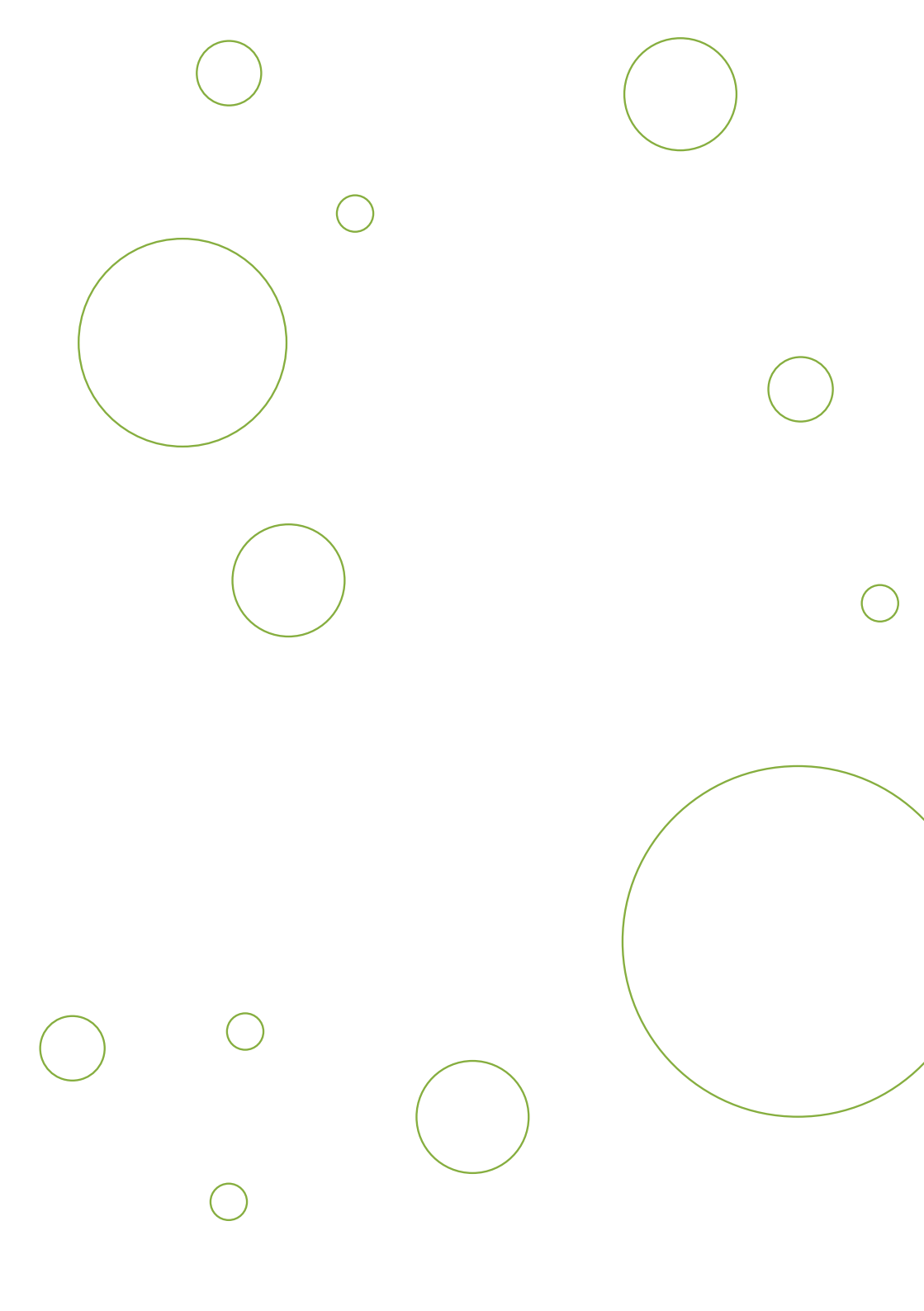
Pode continuar a discussão encaminhando-a para o seu objectivo através de questões que levem às palavras e significados mais importantes.

No final, pode realizar diferentes actividades com a audiência para desenvolver os conceitos adquiridos e avaliá-los no fim.

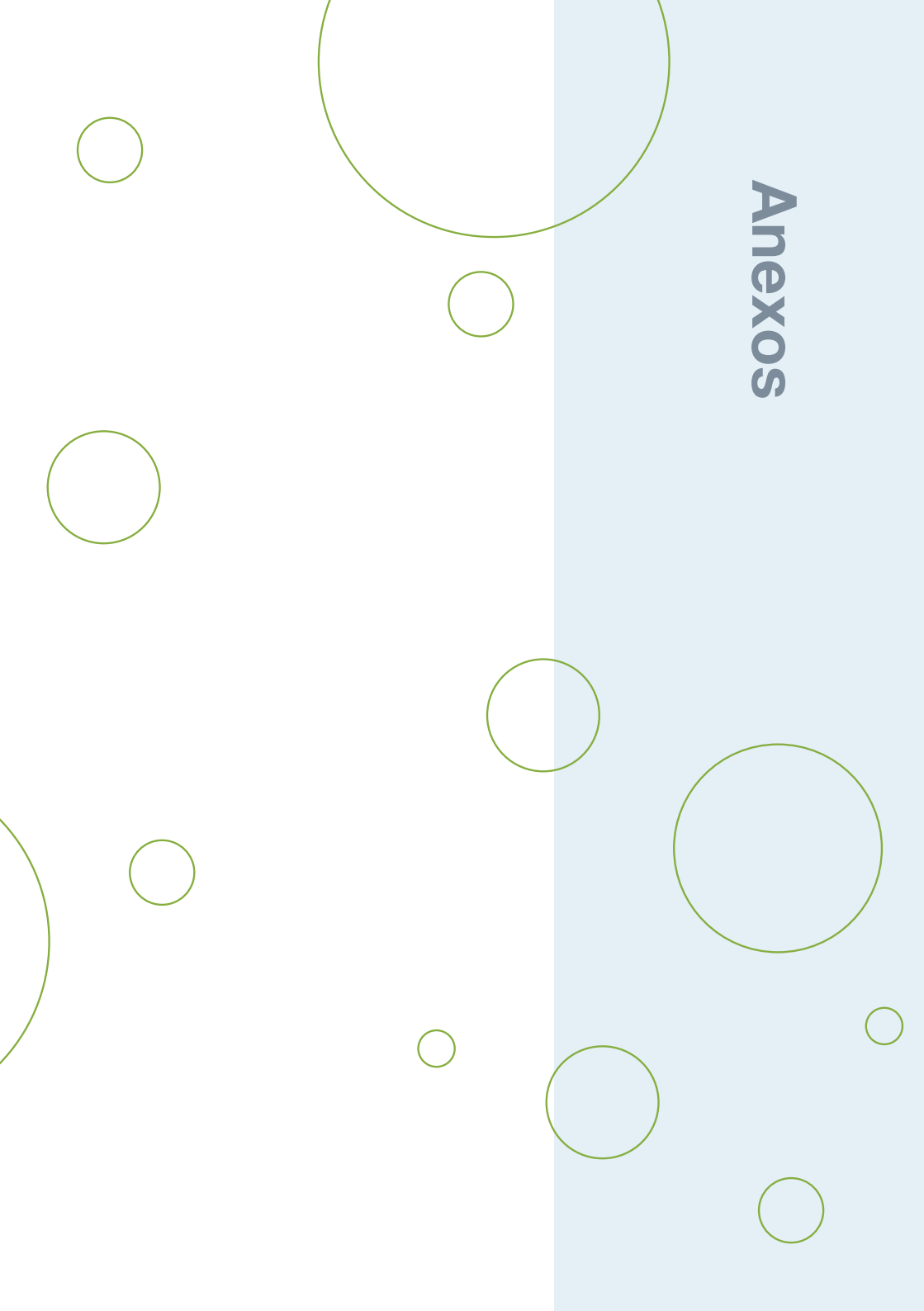
Para tal, pode encontrar em anexo alguns exercícios desenvolvidos no projecto europeu Sheherazade (Projecto número: 2011-4676-518365-LLP-1-2011-1-BE-GRUNDTVIG-GMP) e já aplicados pelos parceiros do T-STORY com sucesso.

Não se esqueça de listar o material necessário e registar que tipo de preparação precisa para esta lição.

Boa sorte!



Anexos



Aplicação de Analogias: Um Exemplo

Configuração analógica:

O conceito detrás desta analogia refere-se a organizações como “jardins” distinguidas por alguns* como “jardins italianos” ou “jardins ingleses” representando dois distintos paradigmas: o formal ou o informal.

O “jardim italiano” data do século XV e é originário de uma filosofia arquitectónica específica. A teoria de base consiste em criar um ambiente que integre jardins e edifícios permanentes numa estrutura comum, dando uma visão de “total supremacia do homem” como criador da natureza. Este tipo de jardim representa a expressão figurativa dos princípios do Renascimento de racionalismo e antropocentrismo que melhor se traduziram nas formas geométricas. Eles representam uma demonstração tangível da racionalidade do criador. Este modelo específico tenciona evocar a ideia de uma natureza domesticada sob o controlo humano onde prevalece de forma bem descrita e com espaços geométricos inseridos numa rede de avenidas arborizadas e alinhadas e vias circundantes.

Em contexto social, este tipo de jardim representa a atmosfera de uma sociedade elitista onde os líderes (reis, príncipes e nobres) consideram-se como parte de uma sociedade distinta e à parte que surge para estar isolada da restante comunidade e que pode ser

vislumbrada através das paredes, cercas e árvores.

O “jardim inglês” data do século XVIII e é tipicamente caracterizado pela rejeição do “antropocentrismo natural” que transformou bosques e pântanos em espaços geométricos onde a influência humana esteve presente de forma dominante. O seu objectivo é expressar uma natureza espontânea, por vezes até selvagem, que pode ser considerada como uma exibição botânica das teorias românticas que prevaleciam entre a elite intelectual europeia.

De acordo com estas ideias, avenidas cercadas e geométricas rapidamente desapareceram e deram espaço para a introdução de elementos naturais como grutas, arbustos, mas também elementos artificiais como pequenos templos, pagodes e ruínas. Tudo isto satisfaz a experiência da “sublime” natureza esmagadora. Zonas de prados, clareiras e arquitectura romântica criaram o conhecido “efeito moldura” revelando perspectivas invulgares na paisagem circundante.

Decodificação:

O “jardim italiano” e o “jardim inglês” podem ser considerados como conceitos metafóricos (analógicos) que representam dois distintos paradigmas de organização: as estruturas de organizações formais e informais.

Considerando a organização formal, o controlo



do espaço e a clara definição de limites evoca a ideia de uma organização funcional e formalizada onde as tarefas, as actividades e as identidades são devidamente definidas e facilmente reconhecidas.

No caso da organização informal, a naturalidade das paisagens, das linhas curvas e da suposta falta de um claro planeamento pode ser referido como uma estrutura típica de organizações menos formalizadas. Um exemplo extremo poderá ser o de uma organização lean onde as tarefas são flexíveis e os limites entre as distintas áreas são apenas desenhados ou não existem.

Os jardins italianos e ingleses revelam uma profunda analogia quando observamos os estilos de liderança.

Os jardins italianos são concebidos para criar uma distinção clara entre o palácio do governante, o jardim circundante e a área habitada pelas pessoas comuns. É um espaço fechado reservado à classe governante, claramente limitado por cercas, paredes...

Típico em monarquias e principados absolutos com uma estrutura hierárquica rígida. Recorda o estilo de organizações altamente estruturadas onde os líderes aparecem por vezes isolados, delimitados pelos limites das suas responsabilidades e funções.

O jardim inglês, por outro lado, representa a ideia de um estilo mais democrático onde os limites de poder não estão tão claramente

definidos. Os palácios, os jardins e a natureza próxima surgem como uma continuidade que cria uma ponte entre a área de poder e as pessoas comuns. Não será uma surpresa que este tipo de jardim surja num período de crescente democratização. Igualmente, as organizações informais revelam um modelo de liderança aberto onde a abordagem hierárquica é substituída por uma abordagem mais horizontal que cria padrões viáveis (comunicação) entre o líder e a organização.

* Esta analogia foi inicialmente concebida por Pasquale Gagliardi em: Gagliardi, P. (1992) 'Designing Organizational Settings: The Interplay between Physical, Symbolic and Social Structures' in R. Eisendle & E. Miklutz (eds.) Produktkulturen. Dynamik und Bedeutungswandel des Konsums, New York, Campus Verlag, pp. 67-78.

História de uma metáfora: um exemplo



A entropia é um quarto*

Quando vivemos num quarto as nossas actividades substituirão objectos e dar-lhes-ão inclusive outra forma: retiramos livros da estante e empilhamo-los noutro sítio, surgem manchas num espelho, as roupas ficam sujas, o pó cai nos objectos... Num contexto físico, tal consiste na reorganização de moléculas ou coisas no espaço disponível. Mas o número de reorganizações que experienciamos como desordenadas ou desleixadas é muitas vezes maior que o número que experienciamos como ordenadas.

Quando dizemos "uma grande entropia" consideramos que o número de condições de desordem é maior que o número de condições de ordem. Ao longo das actividades da nossa vida, a hipótese de que o nosso quarto mude da ordem para a desordem é maior de que mude de arrumado para desarrumado, não tanto por ser um processo natural mas por ser um processo mais provável.

E finalmente, quando ficamos cansados de viver nesta desarrumação, encontramos alguma energia e limpamos o quarto até estar arrumado. E graças ao nosso esforço a entropia caiu.

*Uma explicação metafórica de um professor de física numa escola secundária. Existe alguma ordem no universo; o universo não é um caos. No limite é mais ou menos uma entropia.

Storytelling em... Jardins de Infância

"Um marinheiro que navegava numa longa viagem levou consigo um macaco a bordo como companhia. Assim que se distanciava da costa grega surgiu uma violenta tempestade tendo o barco naufragado e o marinheiro, o seu macaco e toda a tripulação foram obrigados a nadar pela sobrevivência. Um golfinho viu o macaco que lutava com as ondas e, supondo que era um homem (de quem ele sempre disse ser amigo), aproximou-se e colocou-o nas suas costas transportando-o em segurança até à praia. Quando o golfinho chegou com o macaco a terra, não longe de Atenas, questionou-o se ele era de Atenas e este respondeu afirmativamente acrescentando que era descendente de uma das mais nobres famílias da cidade.

O golfinho então inquiriu-o se conhecia Pireu (o famoso porto de Atenas). O macaco, supondo que falava de um homem e vendo-se obrigado a seguir com a sua primeira mentira, respondeu que o conhecia muito bem e que eram amigos íntimos ficando muito contente por o reencontrar. O golfinho indignado por tal mentira atirou o macaco à água e afogou-o."

**Fábula de Esopo*



Exemplo de um plano de lição:

Objectivo: As crianças devem demonstrar que compreenderam a história através do uso da compreensão, ilustração e dramatização.

Materiais: Mapa ou globo, lápis, papel, tesoura, canetas ou marcadores, selecção de alimentos gregos típicos, facas de plástico, guardanapos e pratos.

Introdução: O/a professor/a apresenta a história aos/às alunos/as e discute o significado da palavra mentira. Ele/ela explica que a história começa na Grécia e usa um mapa ou um globo para visualizar. Podem ser realizadas muitas considerações acerca da Grécia de acordo com diferentes temas como geografia, história, filosofia, etc.

Antes de ler a história, o/a professor/a explica que algumas histórias ensinam uma lição e por isso devem ser ouvidas atentamente para descobrir qual a lição que a história nos quer ensinar.

Discussão: Questões para avaliar a interpretação e a compreensão da história.

- Quais as duas personagens da história?
- O que encontrou o golfinho?
- Sobre o que estavam a falar o golfinho e o macaco?
- O que disse o macaco que era?

- Como o golfinho descobriu que o macaco estava a mentir?
- O que fez o golfinho depois?
- Como termina a história?
- Porque mentia o macaco?
- Que lição ensina esta história?

Actividade 1: Os/as alunos/as são divididos em grupos de dois. O/a professor/a dá a cada grupo ilustrações da história. Cada grupo tem de colocar as ilustrações por ordem cronológica e escrever o número 1 sobre a primeira imagem, o número 2 sobre a segunda e assim sucessivamente. Os/as alunos/as recontam a história ao parceiro enquanto usam as imagens como guia. As ilustrações podem também ser pintadas no fim.

Actividade 2: O/a professor/a apresenta uma selecção de alimentos gregos em pratos de plástico. A turma deve provar todos e votar no seu favorito. A turma cria um gráfico que expõe qual o alimento que os alunos mais gostaram.



Storytelling em... Ensino Primário

"Num dia soalheiro de Verão, a Cigarra cantava feliz. Enquanto isso, uma Formiga passou por perto. Vinha cansada, carregando penosamente um grão de milho que levava para o formigueiro.

- Por que não ficas aqui a conversar um pouco comigo, em vez de te cansares tanto? - Perguntou-lhe a Cigarra.

- Preciso de armazenar comida para o Inverno - respondeu-lhe a Formiga. - Aconselho-te a fazeres o mesmo.

- Porque me hei-de preocupar com o Inverno? Comida não nos falta... - respondeu a Cigarra, olhando em redor.

A Formiga não respondeu e continuou o seu trabalho.

Quando o Inverno chegou, a Cigarra não tinha nada para comer. No entanto, viu que as Formigas tinham muita comida guardada desde o Verão. Distribuíam-na diariamente entre si e não tinham fome como ela."

*Fábula de Esopo

Exemplo de um plano de lição:

Objectivo: Os/as alunos/as devem aprender sobre provérbios e demonstrar compreensão através da criação de provérbios que descrevam a história.

Materiais: Lista de provérbios, lápis, papel.

Introdução: O/a professor/a explica o que é um

provérbio e dá exemplos; o/a professor/a pede que a turma descubra os significados de vários provérbios. Em seguida questiona a turma se conhece mais exemplos de provérbios e discutem quais são provérbios e quais não são.

Actividade 1: O/a professor/a apresenta uma lista de provérbios. Os/as alunos/as escrevem o que pensam sobre o que cada provérbio significa e discutem as respostas.

Actividade 2: O/a professor/a pede que a turma pense nos provérbios que se aplicam à história enquanto a lê. Considerando a lista de provérbios dada, o/a professor/a pede que a turma identifique quais os provérbios que se aplicam à história. A turma deve depois explicar o que significam os provérbios e criam outros que se ajustem à história.

Actividade 3: Os/as alunos/as escrevem a sua própria história para corresponder a um determinado provérbio.

Nota: Podem ser desenvolvidas outras actividades considerando diferentes objectivos de ensino. O/a professor/a pode apresentar as principais características das formigas, como o seu desenvolvimento e reprodução, o seu comportamento e ecologia, a sua relação com os humanos, etc.

Storytelling em... Ensino Secundário

Exemplo de um plano de lição:

Objectivo: Os/as alunos/as devem aprender as causas da II Guerra Mundial e demonstrar a sua compreensão através da apresentação da sua opinião sobre como esta Guerra teve início.

Materiais: Guia de storytelling, lápis, papel, outros materiais requisitados pelos/as alunos/as.

Introdução: O/a professor/a introduz o tema relativamente à II Guerra Mundial e principais actores.

Actividade 1:

Os/as alunos/as são divididos em grupos de 4 elementos. O/a professor/a introduz os elementos e ferramentas para a construção de uma história distribuindo um guia de storytelling

e linhas orientadoras de pesquisa relativamente à II Guerra Mundial; estes elementos suportarão o trabalho a realizar pelos grupos. Cada grupo deve pesquisar as causas que despoletaram o início desta Guerra e escrever uma história sobre as mesmas. O/a professor/a deve apoiar de forma contínua os grupos durante a sua pesquisa e desenvolvimento da história. No final, cada grupo deve apresentar a sua história à turma.

Discussão: A turma discute sobre as causas apresentadas por cada grupo e o/a professor/a destaca as reais causas e o porquê.

Avaliação: Cada grupo recebe uma lista de tópicos para auto avaliação e heteroavaliação. No final, o/a professor/a recebe todas as avaliações e elabora uma avaliação final individual e por grupo.



Storytelling Em... Ensino Superior & Formação de Adultos

O exemplo seguinte apresenta um estudo de caso de sucesso de Jill Eck em 2006 – Uma análise da eficácia do storytelling com formandos adultos em gestão de supervisão. “Foram narradas uma série de quatro pequenas histórias pelo investigador relacionadas com uma lição do curso. Cada uma das quatro histórias tinha uma ou mais lições específicas relevantes para o tema de entrevistas de selecção de trabalhadores. A primeira história intitulada ‘Grocery Store Rob’ referia o conceito de não esquecer os trabalhadores que incorreram em alguns erros no trabalho para futuras funções de responsabilidade. A segunda história, intitulada ‘Bad Hire Brenda’, destacava a importância de tomar decisões de contratação baseadas em informação concreta e procedimentos específicos em vez de tomar decisões baseadas em emoções. Esta história referia também os riscos de contratar trabalhadores com altas qualificações para funções de menor nível. A terceira história era uma fábula intitulada ‘Gregory the Goose’ e retirada de Tales for Change de Parkin

(2004). Esta história contava em conto como os líderes podem chegar de diferentes locais para uma organização e o risco potencial que os empregadores têm em perder bons líderes para outras organizações quando as suas competências não são reconhecidas. A última história era uma notícia que o investigador intitulou como ‘The Basketball Player’ e que destacava a importância de não discriminar pessoas com deficiências e como os empregadores facilmente caíam neste erro. Depois de narrar estas histórias, os/as formandos/as foram divididos em quatro pequenos grupos para partilhar as suas próprias histórias relevantes para esta lição do curso. Em seguida, os/as formandos/as foram encorajados a participar numa discussão em aula acerca do conteúdo desta actividade.”

Nota: Este caso pode ser aplicado a distintos temas para distintas áreas de ensino. Apenas deve aplicar e/ou construir a história perfeita para ensinar.



Storytelling em... Saúde

A descrição seguinte sobre como usar storytelling na saúde é parte de um artigo escrito em 2009 por Vivian Day.

“Os grupos de apoio permitem partilhar informação através de storytelling de uma forma que ajuda todos os membros de grupos a aprenderem como podem cuidar de si considerando a sua condição específica. Estes grupos também dão apoio para que doentes e famílias percebam as implicações da doença. (...)

Os grupos de apoio podem ajudar novos doentes da diabetes a aprender como lidar com as mudanças no estilo de vida e com os sentimentos de desespero que podem surgir quando se apercebem das implicações desta doença para a vida. O doente diabético recentemente diagnosticado pode aprender através de histórias narradas por outros membros do grupo relativamente ao que

consideram ser útil para a alimentação, quer na selecção do supermercado como dos restaurantes locais. Exemplos de menus podem ensinar quais as melhores opções para entradas quando vamos comer fora e um panfleto do supermercado pode ser usado para ensinar que alimentos devemos comprar. São também contadas histórias de como localizar os recursos necessários que tornam a relação com a diabetes muito mais fácil e até mais barata. Ouvir as histórias dos outros, reflectir sobre essas histórias e determinar como essas mesmas histórias podem ser aplicadas à vida de cada um pode ser mais benéfico que simplesmente ler informação ou ver um vídeo. A interacção com o narrador, que é um doente diabético mais experiente ou um membro da família, pode também dar coragem e apoio. O encorajamento dado por membros dos grupos pode mudar o pensamento de uma perspectiva negativa para uma mais positiva e produtiva, ajudando o doente a pensar “eu consigo”.”

Storytelling em... Gestão

Um exemplo para implementar e potenciar os valores organizacionais.

Trabalho prévio:

Selecione cinco histórias de experiências, eventos e outros momentos importantes que ocorreram desde o início da empresa e que ilustram um ou mais que um valor definido pela empresa. Cada história tem de ser emocionalmente forte, sugerindo que seja o mais anónima possível. Crie um storybook que explique os valores e apresente em seguida as histórias; pode adicionar páginas em branco para os trabalhadores partilharem a sua própria história.

O storybook é então distribuído e disponibilizado a todos os trabalhadores e gestores de topo e após uma semana são chamados grupos de 12 trabalhadores para participarem numa sessão em aula. Neste momento, são discutidos os valores, orientando-os pelos exemplos dados nas histórias.

No final, são adicionadas outras histórias ao storybook e apresentadas aos gestores de topo que podem também adicionar a sua história e experiências.



Exercícios de Storytelling



Exercícios do projecto europeu Sheherazade (Projecto Número: 2011-4676-518365-LLP-1-2011-1-BE-GRUNDTVIG-GMP).

Exercício “Conta-me a história de outro ponto de vista”

Objectivos: Imaginação; recontar a história adaptando um pouco e adicionando novos elementos

Material: Nenhum

Modelo: Sentados em pares

Duração: 10 minutos

Conteúdo e procedimento: 10 minutos: O narrador dá um exemplo de um ponto de vista alternativo por parte de outra personagem na história. Pode ser uma pessoa, um animal ou até mesmo um objecto ou um elemento da natureza como um rio, uma árvore... Os/as formandos/as preparam a sua história.

10 minutos: Os/as formandos/as partilham a sua história com o grupo.

Exercício “Nomeie 5 acções, 3 descrições, 3 objectos, 3 sentimentos”

Objectivos: Definir acções, objectos, sentimentos e retirar descrições da história

Material: Esferográfica e papel

Modelo: Em pares

Duração: 10 minutos

Conteúdo e procedimento: 7 minutos:

O narrador pede aos/às formandos para escreverem 5 acções, 3 descrições, 3 objectos e 3 sentimentos da história que ouviram. O narrador pode dar um exemplo para esclarecer a diferença entre cada um.

3 minutos: Os/as formandos/as apresentam o que identificaram ao grupo.

Exercício “Mapa de Humor”

Objectivos: Descobrir a estrutura e progresso de uma história em particular

Material: Papel e lápis de cor

Modelo: No chão ou em mesas

Duração: 10 - 15 minutos

Conteúdo e procedimento: Este exercício funciona bem se os/as formandos/as destacarem uma história em particular para trabalhar em profundidade. Pode ser uma história real ou um conto de fadas, entre outros exemplos. Cada pessoa deve ter papel e lápis de cor. Instruções: Os/as formandos devem desenhar os humores e as emoções que surgem na sua história de forma abstracta (sem desenhar figuras). Desde o início ao fim, devem descrever quando a sua história é feliz, triste, tem medo, está sozinha, etc. Depois sentam-se em pares e partilham: descrevem o próprio desenho, as emoções que a história evoca. Mais tarde, coloque todos os desenhos no meio e faça os/as formandos/as andarem ao redor para verem todos os desenhos. Termine com uma sessão com todos em círculo partilhando as observações dos/as formandos/as.

Exercício “Exercício do objecto”

Objectivos: Estimular a memória emocional e promover a comunicação encorajando a imaginação

Material: Pequenos objectos diferentes com distintas formas e texturas, um saco para colocar todos os objectos

Modelo: As cadeiras colocadas num semi-círculo com uma cadeira em frente ao semi-círculo

Duração: 30 minutos

Conteúdo e procedimento:

Os participantes sentam-se no semi-círculo olhando para o narrador. Um a um, é escolhido um voluntário para se sentar na cadeira em frente aos restantes participantes. O voluntário coloca a sua mão atrás nas suas costas para que o narrador lhe dê um objecto sem que o voluntário nem os outros participantes vejam. Pelo toque, o voluntário tem de contar uma história que o objecto lhe lembre e os outros participantes têm de adivinhar qual é o objecto. Para as sessões seguintes de um curso, os participantes podem trazer um objecto e contar a sua história sobre o mesmo.

Exercício “Existe uma rua em Roma”

Objectivos: Promover a memória visual e competências de audição

Material: Nenhum

Modelo: Sentados num círculo

Duração: 10 minutos

Conteúdo e procedimento:

Em grupo, devem descrever uma imagem de uma rua em Roma em que cada pessoa começa por dizer “existe uma rua em Roma” e lista todos os carros, árvores, edifícios e pessoas que os outros mencionaram, terminando com o novo elemento que adicionam à imagem.

Exemplo: ‘Existe uma rua em Roma que tem...’

Pessoa 1: uma fila de grandes árvores no lado esquerdo

Pessoa 2: grandes árvores do lado esquerdo e um gato sentado na primeira árvore

Pessoa 3: grandes árvores do lado esquerdo, um gato sentado na primeira árvore e um homem a atravessar a rua em primeiro plano com uma escada e a olhar para o gato no cimo...

Dependendo do tamanho do grupo, pode completar o círculo uma ou três vezes acumulando mais de 20 elementos na imagem. Não necessita repetir os elementos na ordem em que são ditos.

Exercício “História comum”

Objectivos: Monólogos, uso de verbos modais, combinação de imaginação e o dia-a-dia, aplicação de vocabulário próprio, experienciar criatividade colectiva

Material: Cartões (2 cores) e lápis

Modelo: Círculo de cadeiras, sem mesa, parte de uma experiência em grupo

Duração: 15 - 30 minutos

Conteúdo e procedimento:

Cada participante recebe dois cartões (um de cada cor) – no primeiro cartão devem escrever o nome de uma pessoa ou um animal assim como algo que é bom a fazer. No segundo cartão, os participantes escrevem o nome de uma pessoa ou um animal e também algo que gosta ou não gosta (e.g. avô é bom a contar histórias / cão não gosta de ouvir bebés a chorar).

Os cartões são recolhidos e são formados pequenos grupos de 3/5 participantes, dependendo do tamanho do grupo. Cada grupo recebe dois cartões de cada cor e desenvolvem em conjunto uma história. Um cartão fica para o protagonista, o outro para pessoas/animais e as suas competências e necessidades devem ser adicionadas no decorrer da história.

De volta ao grupo maior, os cartões ainda não usados são revelados um a um. Em círculo, desenvolvem uma história de forma espontânea na qual pessoas/animais surgem de acordo com os cartões revelados um a um. Este exercício é adaptado a participantes mais qualificados ou deve ser muito bem conduzido pelo moderador.

Exercício “A casa em que cresceu”

Objectivos: Criar espaço para o pensamento criativo e concentração; contar a partir de imagens internas, memórias; partilhar uma memória e conhecerem-se

Material: Nenhum

Modelo: Cadeiras em pares, opostas

Duração: 20 - 30 minutos

Conteúdo e procedimento:

Exercício em pares: Pense na casa em que cresceu. Procure nas suas memórias e pense num evento durante a sua juventude nessa casa. O seu parceiro oposto deve colocar questões de forma às suas imagens surgirem mais claras. Vá para o local que mais gostou. Uma porta abre e sai uma história. Os olhos estão fechados. O parceiro ajuda-o a contar e a tornar a imagem mais clara. O que vê, ouve, sente, cheira? O que era belo, o que o comoveu? Em seguida partilhe apenas a história com o grupo (sem uma visita guiada pela casa).

Ajuda/apoio: Escolha um local. Caso facilite, pode fechar os olhos enquanto tenta recordar.

Trata-se de uma casa na cidade ou numa vila, é uma casa grande com muitos quartos ou uma pequena casa? Em que período da sua vida viveu nessa casa? Quando foi isso? Havia um jardim? Havia uma cerca? Como era a fachada? Como era a porta de entrada? De

que cor era a casa? Também vê detalhes mais específicos? Entre agora na casa, passe a porta (ou entre por onde costumava). Observe a casa e tente lembrar-se de como era. Tinha um corredor? Um pequeno hall? Que quartos tinha? Vá à cozinha: ainda se lembra como estava organizada? Nos seus pensamentos caminha pela casa e tenta apanhar a sua atmosfera, os perfumes, o ruído, as imagens. Preste também atenção a detalhes interessantes na casa. Talvez não se lembre exactamente como era mas deve ainda recordar a campainha, o truque para abrir a porta... estão também outras pessoas?

Exercício “A história de uma viagem com fogo”

Objectivos: Contar uma história através de significados de imagens

Aprender que por vezes uma história começa por onde, quem, o quê e quando.

Material: Vela

Modelo: Sentados em círculo com uma vela no meio. Primeiro trabalham individualmente, depois em pares e, finalmente, em grupo

Duração: 60 minutos, dependendo do tamanho do grupo

Conteúdo e procedimento:

Começa por uma experiência com storytelling através de significados da imaginação. Como funciona a nossa imaginação? Pensamos em imagens e não em palavras.

Como? Com uma vela no meio e todos a observá-la. Fecham os olhos e tentam continuar a ver a vela. A vela é como uma chama à

volta da qual os nossos avós se sentavam e observavam contando histórias. A chama torna-se um guia à imaginação, procurando uma memória relacionada com fogo. Recorram ao vosso passado e relembrem um momento em que algo aconteceu com fogo. Vejam o que aconteceu em seguida. A vossa mente cria um tipo de filme, como uma câmara na vossa cabeça, e vocês vêem este filme através de imagens e não através de palavras. Filmem a história e guardem na memória.

Depois contem a história ao parceiro, sendo que a forma como a contam não é ainda importante. Olhem o vosso parceiro e a imagem na vossa mente.

Comecem por: onde, quem, o quê, quando?

Depois partilhem a história com o grupo.

Exercício “Mapa de memória”

Objectivos: Encontrar histórias na sua própria origem

Material: Cadeiras, papel e esferográficas

Modelo: Primeiro trabalham individualmente e depois os participantes sentam-se em pares para completar o exercício

Duração: 30 minutos

Conteúdo e procedimento:

Numa folha, desenhe um círculo no meio da página e neste mesmo círculo escreva a primeira coisa que se lembre sobre a sua infância. Pode ser um local, um animal, um membro de família, um amigo ou similar. Esta palavra dá um número de associações que coloca em círculos e com linhas direccionadas à palavra central. As novas palavras dão novas associações. Continue até que a folha esteja repleta de associações. Cada círculo é uma semente para uma história.

Em pares, cada um conta uma história que comece com a palavra do centro da página. Siga uma linha e desenvolva a história, não contando tudo o que está na folha mas apenas no sentido da linha que escolheu.

Exercício “Histórias improvisadas”

Objectivos: Adquirir confiança para fazer acontecer

Material: Nenhum

Modelo: Em círculo ou em pequenos grupos

Duração: 10 minutos

Conteúdo e procedimento: Opção 1:

“Felizmente/Infelizmente” – Conte uma história em círculo passando de pessoa em pessoa, sendo que cada um tem 1 a 2 minutos para falar e terminar com “felizmente” ou “infelizmente” quando passam a vez ao vizinho.

Opção 2: “Interruptor” – Demonstrar inicialmente em círculo antes de passar para pares. Inicie uma história improvisada. Alguém diz uma palavra ao acaso e sem relação e você como narrador tem de integrar esta palavra na sua história (o mais rápido possível). Depois, e só depois, outro participante pode dizer outra palavra que tem também de integrar. Continue a sua história até que todos tenham dito uma palavra e em seguida diga “sem mais palavras” e termine a história. Pode fazer em pares.

Opção 3: “Nova escolha” – em pares; O participante A inicia uma história improvisada e a qualquer momento o participante B pode dizer “nova escolha” e o participante A necessita mudar a última coisa que disse.

Exemplo: A: ... e o príncipe entrou na floresta para observar a jovem rapariga;

B: Nova escolha!;

A: ...e o príncipe subiu a alta montanha de onde podia observar todo o reino e de onde avistou o seu amor ...;

B: Nova escolha!; A: ...e o príncipe decidiu sentar-se no mercado e não se mover até receber notícias dela ... [continue a história]

Exercício “Storytelling Mix”

Objectivos: Impulsiona o fluxo de histórias de vida inspirando cada um. Desperta o estímulo de contar e mostra quantas histórias temos na nossa vida. Fortalece a coesão do grupo.

Material: Papel, lápis, fita-cola

Modelo: Espaço livre sem mesas

Duração: 30 - 60 minutos

Conteúdo e procedimento:

O narrador conta uma anedota modesta da sua vida, como um exemplo.

Todos os participantes recebem um papel e fita-cola. Todos dividem o seu papel em quatro secções. Em cada pedaço escrevem um título referente a um episódio da sua vida. Ninguém deve ser obrigado a ter episódios para os quatro pedaços, mas caso alguém tenha mais de quatro histórias deve ter mais pedaços para todos os títulos.

Os participantes colam os títulos no seu peito. Em seguida começam a misturar-se movendo-se pela sala. Abordam um participante leem os títulos de cada um e seleccionam um para ouvir a sua história. Quando ambos tenham contado as suas histórias despedem-se sem comentar as histórias e procuram outro participante.

Caso alguém seja requisitado para contar uma história frequentemente, deve tapar com a mão sempre que um participante leia os seus títulos.

Exercício “Visualização”

Objectivos: Aprofundar o conhecimento em contar histórias, a competência de escuta e desenvolver a imaginação.

Material: Nenhum

Modelo: Cadeiras em círculo sem mesas

Duração: 30 minutos

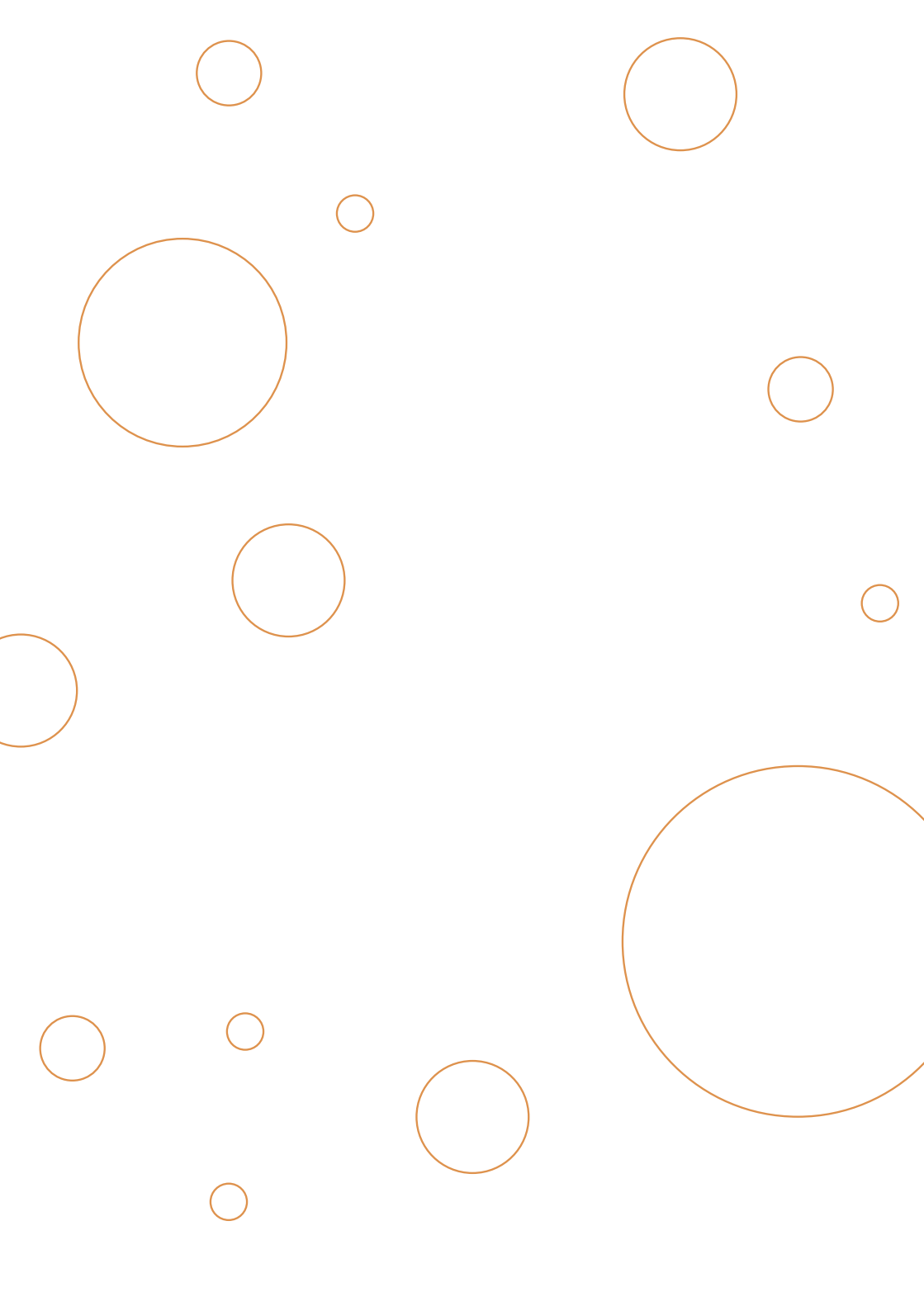
Conteúdo e procedimento:

O grupo senta-se em círculo. Cada um tem uma história com a qual vai trabalhar. O narrador seleciona uma personagem de uma história do seu repertório e descreve a personagem ao grupo. Ele começa por dizer “Eu vejo...”

A personagem é descrita da forma mais activa possível, mas apenas através do que podemos compreender com os nossos sentidos e não

através de explicações ou eventos. Use a altura, a cor de cabelo, a voz, o cheiro, as roupas, a forma como se move, etc. A tarefa é fazer com que o grupo veja a personagem na sua mente da forma mais clara possível. Os eventos na história não devem ser trazidos para o exercício. Continue à volta do círculo. Pode repetir o exercício com um local ou um objecto, etc... com todos os elementos de cada história de cada participante.

Numa outra versão deste exercício, em vez de descrições, cada pessoa, à vez, faz um som, um gesto ou diz uma linha de diálogo que pertença à história.



Capítulo 2:

Tecnologias Digitais e de Informação e Comunicação



História das TIC



Ábaco Babilónia
3000 AC



Da Vinci
Máquina de somar
1500



Pascalina 1642



Herman Hollerith
(IBM)
Máquina de census
1889



Máquina de Anticítera
(Astrolábio) Babilónia
150-63 AC

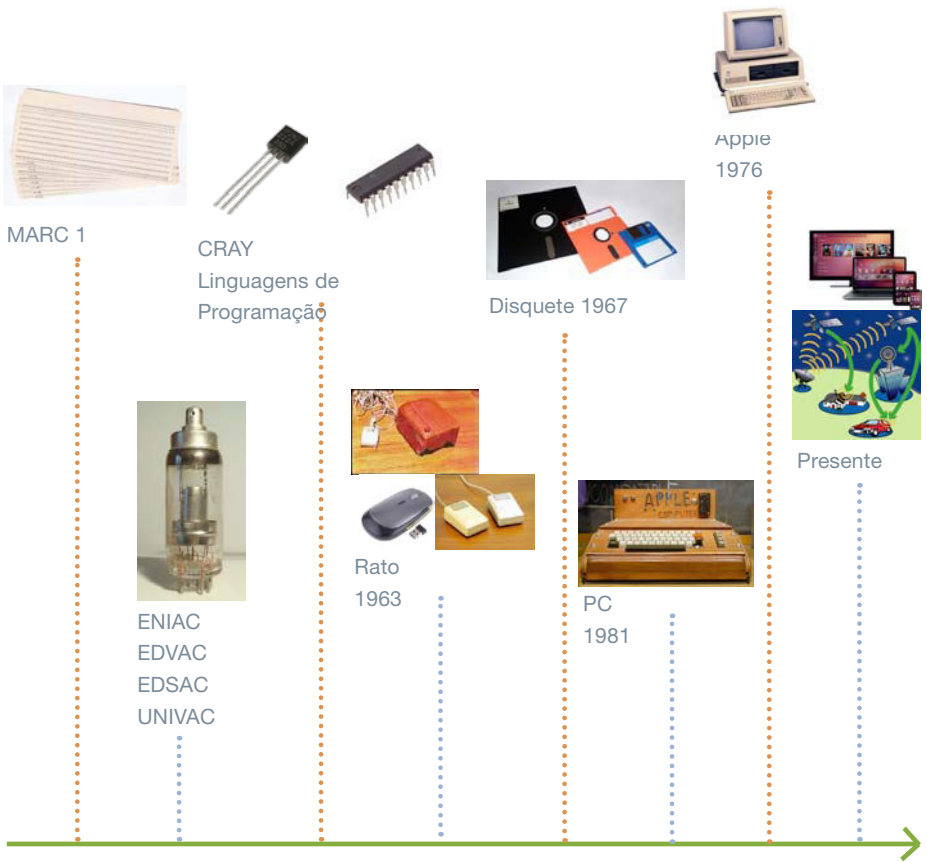


John Napier 'Ossos'
1610



Charles
Babbage
Máquina
diferencial
1832

Era pré-mecânica e mecânica (3000 ac – 1900)



Era electromecânica e electrónica (1900 – presente)

Descubra mais nos anexos

Referente a todas as tecnologias, frequentemente relacionado a computadores e recentemente a dispositivos como tablets ou Smartphones que permitem a troca, disseminação e partilha de informação assim como a comunicação entre indivíduos ou grupos de pessoas. Normalmente é usado como sinónimo de Tecnologia de Informação – TI – mas é mais específico quando destacamos o seu papel de comunicação unificada.

Comunicação

À distância e/ou ao longo do tempo, através de algum tipo de rede

Informação

Algo com significado e/ou descrição. Pode ser armazenado, recuperado, manipulado, transmitido ou recebido.

TIC

Tecnologia

A exploração dos artefatos e do conhecimento científico para responder às necessidades humanas.



Ferramentas Digitais e de TIC: Acessibilidade e Uso

"Professores e alunos têm agora um acesso sem precedentes a recursos e materiais online em todo o mundo. A Internet não tem fronteiras mas os conteúdos originais publicados na Internet estão sujeitos a leis nacionais de direitos de autor."

em **Open Education Europa**

A aprendizagem aberta e flexível refere-se à exploração completa do potencial das TIC de forma a melhorar os sistemas de educação e formação, alinhando-os com o mundo digital actual.

As ferramentas de TIC, os Recursos Educativos Abertos e as práticas acessíveis permitem o aumento da eficácia da educação, possibilitando uma aprendizagem mais personalizada, uma melhor experiência de aprendizagem e a melhoria no uso dos recursos. Tais medidas promovem também a igualdade através do aumento da disponibilidade do conhecimento.

Por fim, a abertura da educação pode levar a uma situação onde todos podem aprender a qualquer momento, em qualquer lugar, sem o apoio presencial de alguém e utilizando qualquer dispositivo.

A ideia de aceder a um oceano de recursos digitais – imagens, música, vídeos – conduz-nos ao tão conhecido conceito de

REA: Recursos Educativos Abertos

Saiba mais sobre opening up education through new technologies em



Com os REA falamos em acesso livre a documentos e media abertamente licenciados e úteis para fins educativos.

Para os/as professores/as e alunos/as, os REA dão a oportunidade de aceder a uma educação de qualidade através do livre acesso a várias instituições de ensino numa estrutura global.

Um exemplo de sucesso na Europa encontra-se disponível na página de Internet Open Education Europa, a funcionar desde Setembro de 2013 como um só acesso à OER europeia, e suportada pela Comissão Europeia como parte da iniciativa Opening Up Education. Esta plataforma pretende

"(...) estimular formas de aprendizagem e ensino através de TIC e conteúdo digital, principalmente através do desenvolvimento e disponibilidade de REA."

Mas atenção, ao falar em recursos livres disponíveis em domínio público, como cursos, planos de cursos, módulos, manuais, vídeos, exercícios, softwares, é importante conhecer os direitos de propriedade intelectual uma vez

que estes recursos, ferramentas e técnicas são normalmente protegidos por termos de direitos de autor. Existem, no entanto, outras formas mais flexíveis de atribuir licenças de direitos de autor.

Um exemplo...

A **Creative Commons** (CC) apresenta licenças que dão aos autores a oportunidade de permitir o acesso público para partilhar e usar o seu trabalho em condições à sua escolha. Esta organização sem fins lucrativos disponibiliza uma lista de empresas e organizações que apresentam uma licença da Creative Commons com uso livre e legal do seu conteúdo. Existem inúmeros recursos (**músicas, vídeos, material científico e académico**) disponíveis para uso livre e legal de acordo com os termos das licenças de direitos de autor.

Assim, excepto quando mencionado o contrário, o conteúdo de uma página de Internet pode ser licenciado pela Creative Commons Attribution 3.0 Unported License – esta licença permite que outros distribuam, misturem, troquem e construam com base no trabalho disponível nessa página, mesmo que de forma comercial, sempre que o autor seja referenciado pela criação original.

Existem imensos exemplos de sucesso no mundo e no que se refere a materiais educativos, técnicas e ferramentas e ainda relativamente a licenças de direitos de autor mais flexíveis.

De qualquer forma, verifique primeiro a licença em cada página de internet e esteja atento a excepções! Em caso de dúvida, contacte o autor e receba permissão para usar o material.



Saiba mais sobre direitos de autor, propriedade intelectual e licenças



Web2Rights



Finalidade educativa do Storytelling Digital – Direitos de autor e uso com fins educativos



JISC Legal Information – Orientações legais para uso de TIC em educação, investigação e envolvimento externo

Mais informação em anexo

Trabalhar com... Imagens

“As ilustrações são parte do nosso mecanismo de aprendizagem desde a nossa infância, tal como as imagens são usadas em livros de histórias para estimular a nossa imaginação.” (Keegan, 2007)

Numa história...

As imagens tornam as histórias particularmente atraentes porque transportam-nos para um cenário diferente.

Vários autores estudaram a importância das imagens visuais no método de aprendizagem. Haber (1970), Standing (1973) e Paivio (1975) são autores da década de 70 que estudaram a capacidade do nosso cérebro em armazenar e recordar imagens em vez de texto. Mais tarde, em 1986, Paivio apresentou a teoria da codificação dual referindo que “as palavras e frases são normalmente processadas e codificadas apenas no sistema verbal, enquanto as imagens são processadas e codificadas no sistema imaginário e no sistema verbal” (Schnotz, 2002:107); assim, “é mais fácil para o aluno fazer conexões cruzadas entre os dois códigos diferentes e mais tarde obter a informação” (Schnotz, 2002: 107).

Uma imagem vale mais que mil palavras... mas pode valer zero se não tiver qualquer significado.

- Adicionar demasiadas imagens de vários tamanhos, qualidades e cores pode diminuir a sua eficácia junto dos alunos.
- Pense no tipo de atenção que pretende atrair; uma imagem pode destacar-se e atrair mais atenção, mas não o tipo de atenção que pretende.

Por isso, não é fácil encontrar a imagem perfeita para o objectivo de cada lição, mesmo existindo imensas imagens disponíveis no mundo. Encontre imagens livres e gratuitas ou, como aconselhado, visite apenas páginas de Internet com materiais livres e legais para fins educativos.

Exemplo de imagens livres e com licenças de direitos de autor flexíveis para fins educativos (mais exemplos em anexo) ...

Pics4Learning - Para uso de alunos e professores em contexto educativo. Os fotógrafos originais têm direito sobre as imagens mas permitem o seu uso para impressão, multimédia e produções de vídeo.



Imagens raster

As imagens raster (também chamadas de mapa de bits) são a categoria mais comum. Têm a forma de uma matriz onde o valor de cada elemento, chamado de pixel, corresponde à cor dessa porção da imagem.

Imagens vectoriais

São independentes da resolução, infinitamente expansíveis e compostas por objectos individuais feitos através do uso de posições e tamanhos de formas geométricas, como linhas, curvas, rectângulos e círculos. Em vez de serem exibidas, imagine-as, em cada momento, a serem desenhadas desde o princípio.



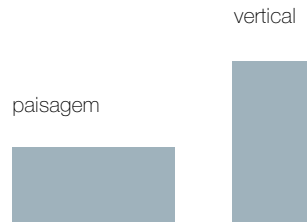
Atributos de imagem

- **Dimensão** - Tamanho da imagem em número de pixels. Por exemplo, 3621 pixels de largura por 2438 pixels de altura.

Veja diferentes dimensões



- **Orientação**



• **Resolução**

Esta é uma referência ao tamanho do pixel actual e normalmente é medido como dpi (pontos por polegada) ou ppi (pixéis por polegada). Da mesma forma, fornece a relação entre as dimensões digitais e naturais da imagem. Assim, por exemplo, 72 dpi consiste numa baixa resolução e 300 dpi numa alta resolução. A alta resolução é usada para impressão de elevada qualidade.

• **Profundidade de cor**

Refere-se à extensão do valor de cada pixel. Quanto mais ampla for a extensão, mais detalhada é a representação das cores e dos níveis de brilho.

**Veja este artigo de
Andrew Gibson**



Flor 300 dpi



Flor 72 dpi



Flor 24 bit



Flor 256 cor



Flor 64 cor



Flor 10 cor



Flor 256 tons de
cinza



Flor 32 tons de
cinza



Flor 10 tons de
cinza



Flor 2 cor (preto/
branco)

Para conhecer mais

Por favor aceda às seguintes páginas de Internet para mais informação sobre atributos e imagens digitais. Pode também usar estas palavras para procurar no Google e Wikipedia, encontrando mais informação útil.



Raster vs Vector



Cornell University Library apresenta tutoriais sobre imagens digitais ajudando a passar da teoria à prática.



University of Southern Australia: Informação útil sobre atributos de imagem. Siga os links.



Tamanhos de ficheiros de imagens



Resolução de imagem e de monitor



Guardar Imagens Digitais

As imagens digitais podem ser armazenadas em diversos formatos de ficheiro. Os formatos de ficheiro de imagem são meios estandardizados de organização e armazenagem das imagens digitais.

Os formatos de ficheiro de imagem mais comuns, os mais importantes para câmaras, impressão, digitalização e uso na Internet são JPG, TIF, PNG e GIF. Parte da razão para esta abundância de tipos de ficheiros prende-se com a necessidade em comprimir. Os ficheiros de imagens podem ser bastante grandes e ficheiros maiores significam maior ocupação do disco e downloads mais lentos. Comprimir é um termo usado para descrever a forma de cortar no tamanho do ficheiro. As opções para comprimir podem ou não ter perdas. Outra razão para os muitos tipos de ficheiro refere-se à diferença em número de cores que as imagens contêm. Se uma imagem tem poucas cores, pode ser desenhado um tipo de ficheiro para a explorar como uma forma de reduzir o tamanho do ficheiro.

Existem muitos tipos de ficheiros, mas os mais comuns são cinco:

- JPG é usado quando um tamanho de ficheiro pequeno é mais importante que a máxima qualidade de imagem (páginas de Internet, email, cartões de memória, etc). As câmaras

digitais, os smartphones e as páginas de Internet usam normalmente os ficheiros JPG.

- TIF ou TIFF não tem perdas e é considerado como o formato com maior qualidade para trabalho comercial, principalmente quando envolve impressões a cor de qualidade.
- BMP é um formato de ficheiro (Windows bitmap) relacionado com ficheiros de gráficos no Microsoft Windows OS. Tipicamente, os ficheiros BMP são descomprimidos e por isso maiores; a sua vantagem é a sua estrutura simples e aceitação nos programas da Windows.
- GIF usa mais de 256 cores para armazenar imagens. Assim, se uma imagem tem mais de 256 cores, a (qualidade da) informação é perdida. Suporta imagens transparentes e animadas.
- PNG também suporta imagens transparentes. Actualmente, pode substituir totalmente o GIF. Suporta uma gama completa de cores e é desenhado para trabalhar com dispositivos relacionados com o computador (monitores & projectores).



Tipos de ficheiros de imagem explicados!

As novas tecnologias digitais, de informação e de comunicação tornaram possível que todos possam criar e partilhar meios visuais.

Assim, considerando qualquer tipo de imagem, existem programas gratuitos que ajudam a redimensionar, remodelar e alterá-las para qualquer forma.

Por exemplo...

- **Adobe Photoshop** –A página de Internet apresenta tutoriais para aprender a trabalhar com os produtos Adobe Photoshop, todos com uma versão de teste gratuita.
- **GNU Image Manipulation Program**
Programa gratuito para tarefas como retocar, compor e construir imagens, funcionando em muitos sistemas operacionais e em diferentes idiomas.
- **Corel Photo-Paint** - A página de Internet oferece tutoriais para aprender a trabalhar com Corel Photo-Paint também disponível numa versão de teste gratuita.
- **PIXLR** – Editor online gratuito de imagens que permite aceder a recursos poderosos de edição de imagens a partir de qualquer computador com ligação à Internet.
- **Resizr** -Consiste numa ferramenta online gratuita para redimensionar e cortar imagens com imensos extras! Permite facilmente editar e armazenar imagens num dispositivo de computador ou na Internet e não requer conhecimentos técnicos, sendo que todas as funções estão disponíveis através do menu 'click & select'. Experimente e se satisfeito com o resultado pode guardar, enviar por email ou partilhar.
- **Lunapic** –Ferramenta gratuita online de edição total de imagem que integra variados filtros e ferramentas sofisticadas de processamento. Adicionalmente, existem tutoriais em vídeo disponíveis para melhor compreender como usar este serviço.
- **iPiccy** –Ferramenta gratuita online para edição básica de imagens, incluindo alguns filtros de correcção para fotografias. Muito fácil de usar e não requer conhecimentos técnicos.
- **FotoFlexer** –Outra ferramenta online e gratuita, fácil de usar na edição básica de imagens e que inclui um conjunto de opções extra e filtros.
- **Online Image Editor** – Funciona igualmente como editor de imagens online para

correção de pequenos detalhes em imagens digitais e acrescentar um toque diferente.

- **Picasa** – Directamente ligado ao Google+, o Picasa apresenta uma selecção de ferramentas gratuitas para edição.
- **Photo Gallery** – Da Microsoft, permite editar, organizar e partilhar fotos e vídeos após realizar o seu download gratuito.
- **PhotoJoiner** – Uma ferramenta online muito simples e fácil de usar que permite juntar imagens de variadas formas mesmo que não sejam do mesmo tamanho.
- **Quick Picture Tools** – Um conjunto de ferramentas online para manipular imagens. Basta seguir as orientações e instruções.

Manipular Imagens Digitais

Aceda às páginas de Internet que aqui recomendamos para obter mais informação sobre como trabalhar com imagens digitais e editá-las.

Procure na Internet por “tutoriais Gimp”, “efeitos Gimp”, “filtros Gimp”, tutoriais Photoshop”, “Photoshop plugins e filtros” e aceda a diversos exemplos e demonstrações em vídeo passo-a-passo. No final, conseguirá criar algumas imagens realmente interessantes. **E lembre-se:** praticar ajuda a aperfeiçoar!

Serif PhotoPlus

X5 disponibiliza um tutorial completo sobre como redimensionar e cortar imagens, mudar os tipos de ficheiro e realizar outras tarefas. Veja o tutorial 'Adjusting Photographs' direccionado a iniciantes.



Ken W. Watson

recolheu informação muito interessante sobre fotos digitais. Prepare-se para aprender mais!



Digital Light &

Color contém vários artigos técnicos interessantes e tutoriais para que saiba tudo sobre imagens digitais.



E-Actividades: Imagens



Exercício - a.

Redimensionar imagens:

Aceda ao código abaixo para fazer download da imagem de um campo com flores. Use o Gimp e outras duas ferramentas online propostas para redimensionar a imagem de forma a que:

1. Se ajuste ao ecrã do seu smartphone
2. Se ajuste ao ecrã do seu computador como fundo do ambiente de trabalho
3. Se ajuste a um tablet com uma resolução de 1200x800
4. A imprima em papel com 3 cm de largura de margem
5. A imprima em papel com 5 cm de altura de margem



Exercício - b.

Cortar imagens:

Usando a mesma imagem do exercício anterior, corte-a de forma a:

1. Ter uma orientação vertical
2. Ter um formato 5:2
3. Aproximar (zoom) a flor amarela para o meio
4. Remover a parte negra do canto superior direito
5. Fazer das duas flores brancas do canto superior esquerdo o tema principal da imagem

Exercício - c.

Juntar imagens:

1. Tente juntar quaisquer quatro imagens através da ferramenta PhotoJoiner
2. Tire três fotos com a sua câmara ou telemóvel e junte-as de forma a criar uma imagem panorâmica
3. Tire uma foto sua. Gire-a de forma a criar uma cópia espelhada. Junte-as e veja como seria a sua foto e a foto da/o sua/seu irmã/o gêmea/o.

Exercício - d.

Edição de imagens:

1. Usando a mesma imagem que redimensionou e cortou:
 - a. Use qualquer ferramenta proposta para acrescentar gráficos
 - b. Crie três molduras à volta
2. Encontre uma imagem sua com olhos vermelhos e corrija-a
3. Seleccione uma imagem e:
 - a. escureça-a
 - b. aplique mais luz
 - c. torne-a desfocada
 - d. gire-a criando quatro novas imagens

Exercício - e.

Edição avançada de imagens:

Se deseja tornar-se um perito, veja os tutoriais disponíveis na Internet e pratique com os seguintes exercícios adicionais:

1. Apareça numa imagem. O que acha se aparecer em frente à Torre Eiffel? Nunca lá esteve? Agora pode criar evidências!
2. Encontre uma imagem relacionada com o mar e tente apagar ou adicionar um barco.
3. Crie um logotipo da sua empresa, redondo, com a sua cara no centro e o seu nome escrito à volta

Estes são exercícios mais avançados para os quais necessita de software como o Gimp ou o Photoshop.

Trabalhar com... Som

Usar um som, uma voz, uma música permite despertar o sentido da audição.

A audição relaciona-se com a percepção do som e envolve as funções do cérebro ligadas a áreas responsáveis pelas acções motoras, emoções e criatividade.

Quando contamos uma história (mesmo que digitalmente) existe uma musicalidade na voz do narrador, um som que mantém os ouvintes despertos e que os guia pela história.

- **A voz** – A voz do autor/narrador na história. Quando escrevemos a história podemos optar por incluir a narrativa na história digital. Considerando todas as dicas referidas anteriormente sobre o poder da voz, podemos gravar e editar a voz para incluí-la na história digital final.
- **Efeitos sonoros** – Por vezes não é simples descrever o local onde ocorre a história. Ter alguns sons como característicos de um determinado local ou situação ajuda a guiar os ouvintes através do cenário da história.
- **Música** – Nem só as canções são música; podemos também usar instrumentos para mudar o ritmo da história e/ou desencadear emoções.

Gravar e/ou editar sons...

- **SoundCloud** – Para gravar música e ficheiros áudio. Disponível através de uma conta experimental gratuita.
- **CC Mixer** – Ficheiros com licenças da Creative Commons, onde podemos ouvir, tirar amostras ou misturar ficheiros áudio.
- **Audacity** – Permite gravar directamente no computador através de um microfone. Disponível para Mac e PC, permite gravar, editar e misturar narrativa e música. É gratuito e com informação detalhada para a sua utilização [aqui](#).

Aceda a uma lista de ferramentas gratuitas de edição áudio

“25 Free Digital Audio Editors You Should Know”,
by Kay Tan.



Encontre ficheiros áudio livres e gratuitos...

- **SoundBible** – Oferece clipes de som gratuitos para download em formato wav ou mp3. Estão disponíveis vários ficheiros de efeitos sonoros de diferentes categorias.



Existem inúmeras ferramentas e recursos digitais online para gravar e editar ficheiros áudio, assim como fazer o seu download para uso livre. Audacity é gratuito e bastante famoso por permitir uma edição completa de ficheiros áudio. Antes de verificar os exemplos abaixo, lembre-se de fazer download e instalar o Audacity e o LAME MP3 Encoder.



Saiba mais sobre sons digitais e ficheiros áudio



Trabalhar com audacity

Download, instalação e guia de utilizador



Cortar, copiar e colar sons



Dividir e misturar ficheiros áudio



Guia de utilizador oficial



E-Activities: Som



Guia de download e instalação (vídeo)

Aceda aos códigos e faça download dos sons:



Som 1: Água a correr



Silenciar, duplicar e dividir ficheiros áudio



Som 2: Passos



Gravação áudio



Som 3: Sapos



Exercício - a.

Gravação áudio

Grave a sua voz a dizer “naquele tempo, quando caminhavas por um trilho junto ao pequeno rio e avistaste um grupo de sapos que cantavam alegremente os parabéns ao seu amigo”. Use o Audacity.

Exercício - b.

Importar o som

Importe os sons para o seu projecto. Deve ter quatro tipos de ondas no total.

Exercício- c.

Ajustar os tempos

Tente alterar os ficheiros de som 1, 2 e 3 de forma a ajustá-los à sua Narração. O som 2 deve ser ouvido no momento “quando caminhavas”.

O som 1 deve ser ouvido quando diz “junto ao pequeno rio”.

Os sons 1 e 2 devem ser ouvidos em simultâneo durante algum tempo.

O som 3 deve ser ouvido quando diz “um grupo de sapos que cantavam alegremente os parabéns ao seu amigo”.

Exercício- d.

Misturar os sons

Clique no play e oiça todos os sons. A narração está coordenada com os efeitos sonoros?

Exercício - e.

Guardar o ficheiro áudio

Guarde o seu projecto como ficheiro WAV e MP3.

Exercício - f.

Aperfeiçoar o ficheiro áudio

Agora tente adicionar algum mistério. Procure uma música assustadora para juntar ao início da narração.

Adicione mais intervalos na sua narração de forma a criar mais tensão.

Tente juntar alguns efeitos. Por exemplo, o som dos passos pode começar de forma crescente, o som dos sapos pode ter algum eco e no final os sons dos passos e da água a correr podem desvanecer-se.

Lembre-se: Praticar ajuda a aperfeiçoar!

Procure na Internet alguns exercícios com Audacity.

Trabalhar com... Vídeo

“Porque o vídeo combina vários tipos de dados de um modo complementar (imagens, movimento, sons, texto), a aprendizagem pode ser mais facilmente ajustada a diversos estilos e ritmos individuais dos alunos que através de outras ferramentas.” (Greenberg & Zanetis, 2012)

O vídeo tem um importante papel na educação desde a década de 60. Contudo, o impacto do vídeo e das tecnologias multimédia nos resultados advindos da educação é ainda um campo em contínua investigação.

De acordo com o caminho traçado pela literacia visual, podemos afirmar que a educação tem ganhos significativos na aprendizagem quando adicionamos ferramentas visuais às verbais (texto ou som). Assim, o impacto pedagógico do vídeo na educação tem por base dois aspectos principais: a interactividade com o conteúdo e a transferência e memorização do conhecimento. Tal como no caso das imagens, também os vídeos podem ser produzidos ou copiados e todos podem ser editados e reformulados para distintos propósitos educativos.

As muitas possibilidades de criação e produção audiovisual através de recursos de vídeo livres são o expoente de um movimento cultural alargado, caracterizado pela disponibilização de

uma maior autonomia a artistas independentes, assim como da interacção e participação de utilizadores de múltiplas e variadas formas (Ornellas et. al., 2011)

Atenção, todos os vídeos conhecidos estão em formato paisagem. Por isso, recolha, grave e crie considerando esse formato!



Aceda às seguintes páginas de internet para pesquisar e fazer download de vídeos livres e legais.

- **Vimeo** –Inclui vídeos com licenças da Creative Commons. Permite procurar vídeos disponíveis para download e copiar, distribuir, editar, remisturar e recriar desde que refira o autor de origem do vídeo.
- **YouTube** - O YouTube permite aos usuários marcar os seus vídeos com uma licença Creative Commons CC BY. Estes vídeos podem então ser acedidos e utilizados por usuários do YouTube através do YouTube Video Editor, mesmo que para fins comerciais.

Atributos de Vídeo

• **Resolução** - Número de pixéis distintos em cada dimensão, largura e altura.

Veja aqui para mais detalhes



• **Formato** - Descreve a relação proporcional entre a largura e a altura.

Formatos conhecidos:

- 4:3
- 16:9
- 16:10

Veja este [vídeo](#) referente à história dos formatos e encontre mais informação nas seguintes ligações.



• **Definição** – Quando combinamos a resolução e o formato, acedemos a distintos padrões de vídeo que correspondem a diferentes definições de vídeo. Os mais comuns são: Definição Standard; Alta Definição e Ultra Alta Definição.

Veja aqui para mais detalhes



• **Dispositivos de resolução de ecrã** – Todos os dispositivos de ecrã (e.g. monitores, projectores) e de gravação (e.g. câmaras, telemóveis) são construídos de acordo com uma definição de vídeo, o que implica um tipo

de resolução e formato. Estes três elementos estão interligados. Existem os seguintes tipos: VGA, XGA, 720p, 1080p, 2K, 4K, entre outros.

Para mais detalhes:



Experimente os seguintes programas para editar, remisturar e recriar vídeos.

- **YouTube Video Editor** – O YouTube apresenta uma nova forma de editar vídeos sem ter de instalar qualquer software. Os usuários podem criar vídeos e editar e fazer download de vídeos já existentes no YouTube. Para tal devem estar registados e criar um canal próprio.
- **Windows Movie Maker** - Permite a criação de filmes e apresentações no computador incluindo detalhes profissionais como títulos, efeitos de transição, música e até mesmo narração. O download é gratuito.

- **Adobe Premiere Pro CC** – Disponível para experimentar durante 30 dias, permite aos usuários importar e combinar livre e virtualmente qualquer tipo de media.
- **AVS4YOU Video Editor** – Disponível para experimentar de forma limitada, permite aos seus usuários importar e combinar livre e virtualmente qualquer tipo de media. Detém um ótimo equipamento de edição com várias opções.
- **WeVideo** – Editor de vídeo online e gratuito após registo.
- **Magisto** – Editor de vídeo online disponível para dispositivos portáteis.
- **LunaPic**– Editor de vídeo (igualmente referenciado na secção sobre Imagens neste manual).
- **Animoto** – Editor de vídeo online e gratuito para vídeos com mais de 30 segundos.

Experimente os seguintes programas para criar uma apresentação em vídeo a partir de um conjunto de fotografias:

- **slideEmotion** – Online, gratuito e fácil de usar. Construa o seu vídeo de férias!
- **Roxio PhotoShow** – Online e gratuito. Crie Photostories num minuto.
- **Slidely** - Crie e partilhe Photostories.
- **iMageToVeideo** - Crie Photostories com mais de 15 imagens e com som através de apenas alguns cliques.
- **Stupeflix** - Misture fotografias, vídeos, música e crie vídeos espantosos em segundos.

- **Microsoft PhotoStory** – Uma versão anterior, mais fácil e gratuita do Moviemaker. Perfeito se apenas pretende juntar imagens seguidas e acompanhadas de som.

Tutoriais para edição de vídeo

Actualmente, a Internet está repleta de tutoriais de vídeo que ajudam a aprender como usar um determinado software. Mesmo as ferramentas online disponibilizam instruções completas. Caso pretenda aprender mais e explorar outras opções, aceda a uma lista de ligações a tutoriais através do seguinte código:



E ainda mais

Aceda ao código para conhecer uma lista de softwares. Tente procurar usando as palavras "software de edição de vídeo". Ficará surpreendido com o número de opções. Experimente e decida qual a melhor opção para si!



Para conhecer mais

Por favor aceda às seguintes páginas de Internet para obter mais informação sobre como trabalhar com vídeos.

University of Leeds apresenta tutoriais que ajudam a usar os vídeos e outras ferramentas numa era digital.



Edutopia apresenta 10 dicas para criar vídeos com conteúdos atrativos.



E porque não experimentar outras ferramentas?

Crie bandas desenhadas...

- **Pixton** – Uma ferramenta online para criar bandas desenhadas com várias opções. Disponível em vários idiomas.
- **Bitstrips** – Com uma abordagem mais simples à banda desenhada, apresenta modelos básicos.
- **MakeBeliefsComix** – Acessível para crianças mas apresenta opções suficientes para que adultos possam também usá-lo. Os utilizadores seleccionam entre 25 personagens para construir uma banda desenhada de dois, três ou quatro quadros.
- **Chogger** – Ferramenta de construção online de banda desenhada que permite fazer os seus próprios desenhos, adicionar fotografias e balões de diálogo.
- **ReadWriteThink** – Ferramenta online para criação de banda desenhada básica.
- **TooDoo** – Uma das ferramentas de criação de banda desenhada online mais completa.
- **ComicStripCreator** – Comic Strip Creator consiste num software de auto publicação que permite criar e exportar as bandas desenhadas em formato jpg.
- **ComicLab** – É uma ferramenta de criação multilingue para livros de banda desenhada interactivos e passíveis de exportar em formato pdf. Está disponível uma versão experimental durante 10 dias.

Ferramentas de video scribe...

- **Sparkol VideoScribe** – VideoScribe é uma forma única de criar rapida e facilmente vídeos animados atractivos. Consegue criar impacto sem recurso a conhecimento técnico ou de design. Disponível uma versão experimental.
- **Adobe After Effects** – Consiste num software profissional que permite criar um efeito de escrita à mão num quadro branco. Veja o **tutorial**.

Infográficos...

Um infográfico consiste num modelo tipo cartaz que "conta uma história". Existem várias ferramentas para criar infográficos com tutoriais e exemplos, a saber:

- **infogr.am** – Ferramenta online para criar infográficos interactivos. Contempla a integração de gráficos e permite a criação de vídeos a partir de infográficos.
- **visual.ly** – Crie e partilhe facilmente conteúdos em formato visual.
- **easelly** – Editor de infográficos online e gratuito com várias opções e modelos disponíveis.

Animações:

Se pretende “ser um profissional” deve explorar as seguintes opções:

- **goanimate**– Ferramenta online para a criação de infográficos interactivos. Contempla a integração de gráficos e permite a criação de vídeos a partir de infográficos.
- **wideo**– Wideo consiste numa ferramenta de vídeo que permite facilmente fazer animações para apresentar um produto, ministrar uma aula ou apenas divertir-se.
- **Voki**– Permite criar um herói mudando o cabelo, as roupas, os acessórios. Através da opção “give him a voice” consegue fazer com que a personagem fale. Pode ainda alterar o cenário e no final obtém uma personagem a discursar.
- **gifmaker.me**– Permite criar animações online com imagens gif de forma fácil e livre sem necessitar registar-se.

Soluções sofisticadas:

Podem ainda criar histórias digitais animadas com programas multilingues simples, verdadeiramente fáceis de usar.

O Scratch, criado pelo MIT é um exemplo. Aceda aos códigos para encontrar mais informação.



E-Actividades: Vídeo



Exercício- a.

Decida o tema do vídeo

Recorda a gravação áudio que fez sobre o passeio junto ao rio? Onde encontrou os sapos? Vamos fazer um vídeo e usar a gravação e os sons que utilizou.

Recolher imagens

Aceda ao Google e seleccione a opção de procura de imagens. Use as palavras: “caminho”, “beira-rio”, “livre”. Escolha e guarde 3 a 5 imagens dos resultados obtidos.

Agora faça uma nova pesquisa com as palavras: “sapos a cantar”. Escolha e guarde 1 a 2 imagens dos resultados.

Crie o Vídeo 1

Através do Microsoft PhotoStory, crie um pequeno filme com as imagens que guardou e os sons que já tinha. Pode também gravar a sua narração através do PhotoStory. Guarde como ficheiro de vídeo no seu computador usando duas resoluções (320x240 e 640x480).

Veja os tutoriais em <http://www.jakesonline.org/photostory.htm> para ajudar a instalar e utilizar o PhotoStory. Pode também pesquisar no Google através das palavras “photostory vídeo tutorial” para encontrar mais opções.

Crie o Vídeo 2

Com o mesmo material, crie outro vídeo com o Microsoft MovieMaker. Aceda a tutoriais procurando no Google com as palavras “moviemaker vídeo tutorial”.

Exercício - b.

Use os vídeos que criou. Edite-os com o MovieMaker. Desta vez, adicione texto para acompanhar a narração ao longo do vídeo.

Exercício - c.

Repita os exercícios 1 e 2, usando pelo menos mais dois softwares diferentes.

Exercício - d.

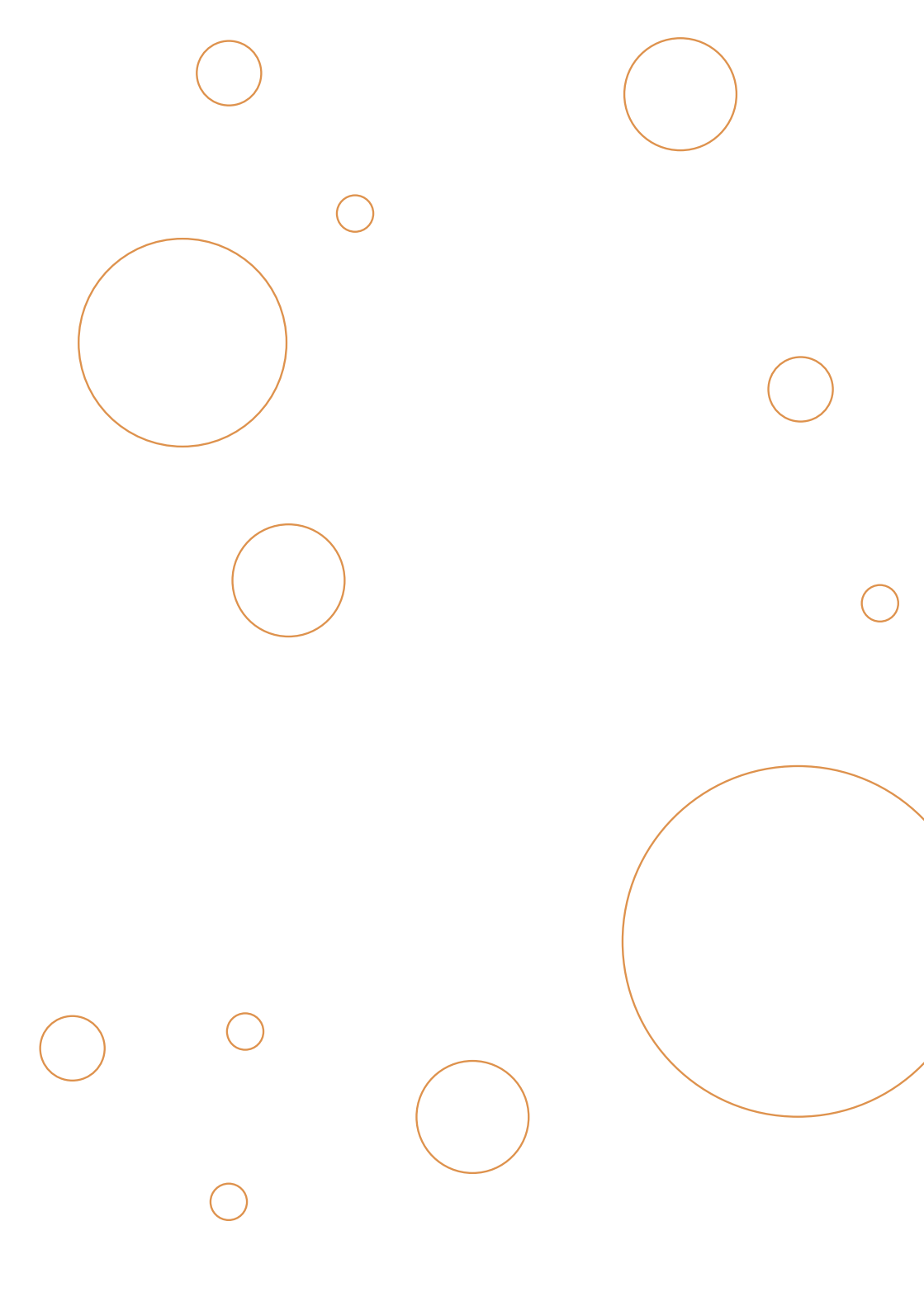
Aceda à seguinte ligação: <https://www.youtube.com/editor> e registe-se. Clique na opção Creative Commons (CC) e realize uma procura com as seguintes palavras: “funny cats”. Seleccione quatro vídeos que aparecem como resultado e junte-os criando um novo filme. Use uma transição diferente entre cada filme e aplique um filtro distinto para cada um. Adicione um título ao seu novo vídeo clicando na opção ‘a’. Encontre um ficheiro áudio e use-o como som de fundo para o seu vídeo. Encontre uma fotografia de um gato e aplique como fundo no título do vídeo. Publique o vídeo.

Exercício - e.

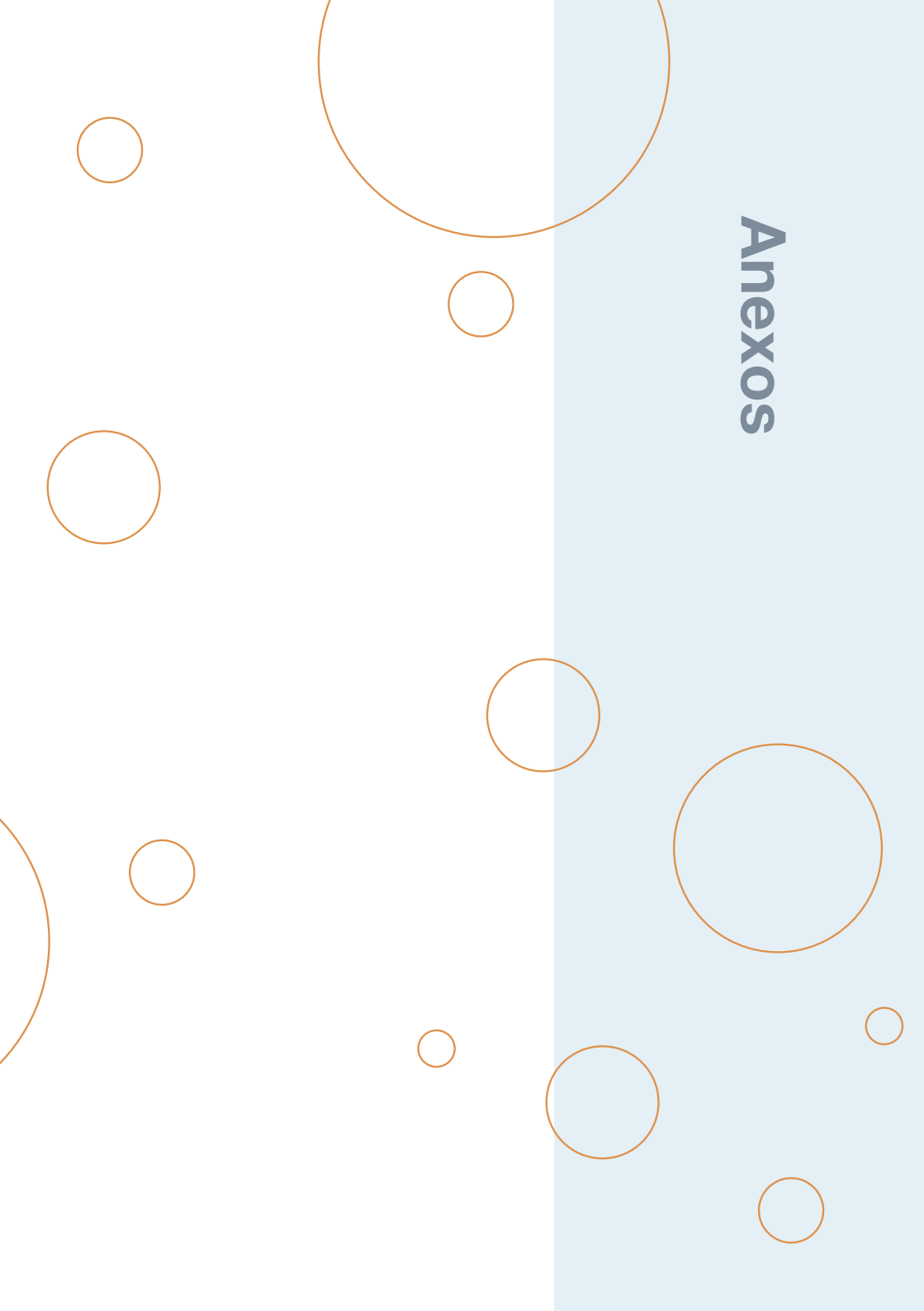
Aceda ao vídeo que criou no exercício anterior.

Clique na imagem com uma tesoura e corte o ficheiro das seguintes formas:

1. intervalos de 10 segundos;
2. vídeos originais.



Anexos



A História da Tecnologia de Informação



Para ler



*Uma linha
temporal*



*Em
diapositivos*



Em video



Na wikipedia



Recursos Digitais

Páginas de Internet com imagens:

- Pics4Learning: <http://pics.tech4learning.com/>
- Bigfoto.com: <http://www.bigfoto.com/>
- Visual Arts Data Service: <http://www.vads.ac.uk/>
- New York Public Library: <http://digitalgallery.nypl.org/>
- Dreamstime: <http://www.dreamstime.com/free-photos>
- Everystockphoto: <http://www.everystockphoto.com/>
- FlickrCC: <http://flickrcc.bluemountains.net/>
- Flickr Creative Commons: <http://www.flickr.com/creativecommons/>
- Free Images: <http://www.freeimages.com/photos/>
- Image After: <http://www.imageafter.com/>
- iStockphoto: <http://www.istockphoto.com/index.php>
- morgueFile: <http://www.morguefile.com/>
- Openphoto: <http://www.openphoto.net/>
- Pixel Perfect Digital: http://www.pixelperfectdigital.com/free_stock_photos/
- Stock.XNHNG: <http://www.sxc.hu/>
- ClipArtBest: <http://www.clipartbest.com/>

Vários recursos:

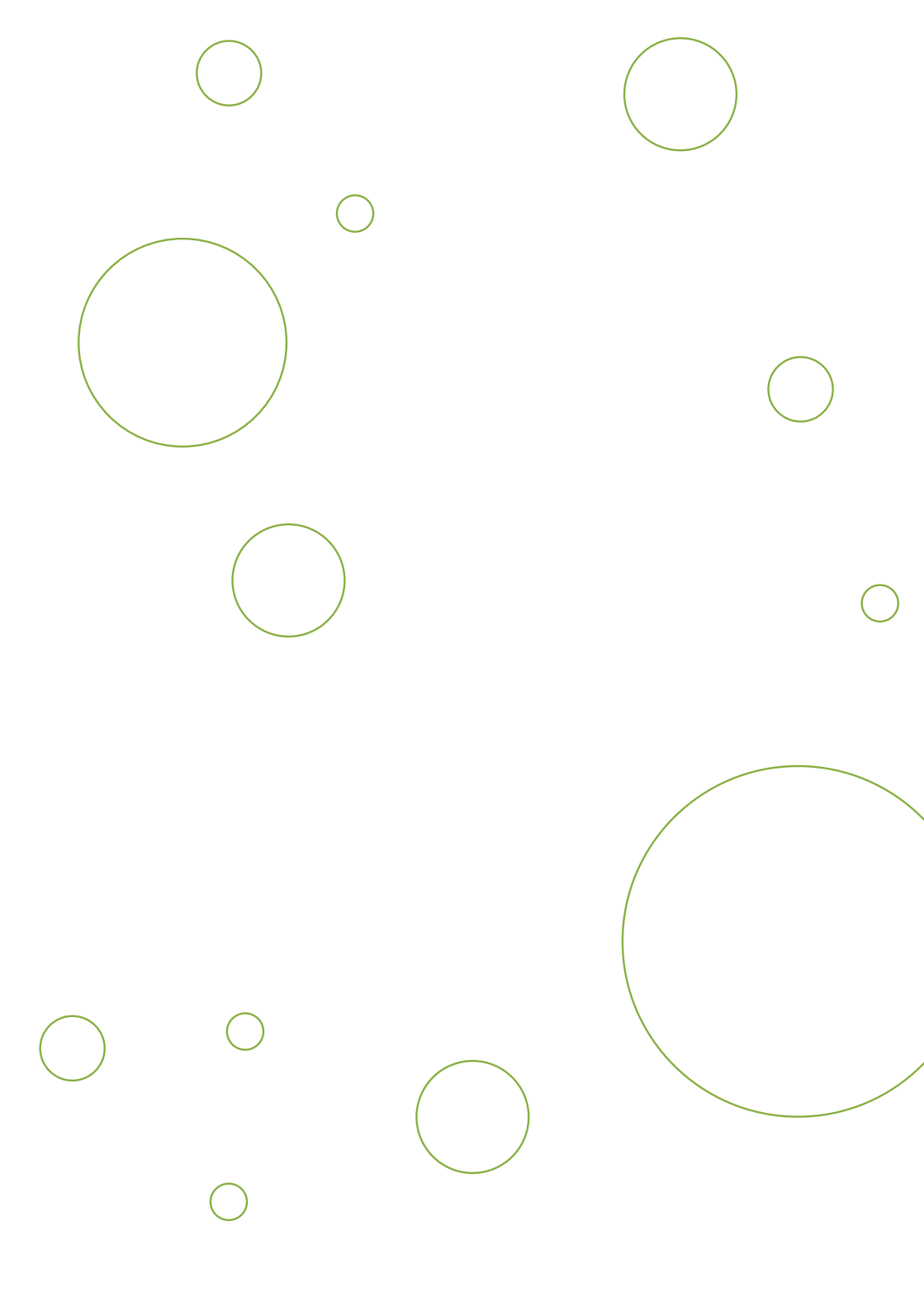
- Creative Commons <http://www.creativecommons.org/>
- Open Educational Resources <http://www.oercommons.org/>
- Wikimedia Commons http://commons.wikimedia.org/wiki/Main_Page
- University of Houston: <http://digitalstorytelling.coe.uh.edu/page.cfm?id=24&cid=24&sublinkid=46>

Páginas de Internet com ficheiros áudio:

- Free Play: <http://www.freeplaymusic.com/>
- The Freesound Project: <http://www.freesound.org/>
- Ghost Note: <http://ghostnotes.blogspot.com/>
- Jamendo: <http://www.jamendo.com/en/>
- Opsound: <http://www.opsound.org/>
- Partners in Rhyme: <http://www.partnersinrhyme.com/>
- Free Music Archive: <http://freemusicarchive.org/>
- dig CC Mixer: <http://dig.ccmixer.org/>
- OpSound: <http://opsound.org/>

Páginas de Internet com vídeos:

- Youtube: <http://www.youtube.com/>
- Vimeo: <http://vimeo.com/groups/freehd>
- Videezy: <http://www.videezy.com/>
- Neo's Clip Archive: <http://thecliparchive.com/>
- Videoblocks: <http://www.videoblocks.com/videos/>
- Free Footage: <http://www.free-hd-footage.com/>
- Free Motion Backgrounds: <http://www.motionbackgroundsforfree.com/>
- MotionElements: <http://www.motionelements.com/free/stock-footage/>
- IgniteMotion: <http://www.ignitemotion.com/>
- Free Video Footage: <http://www.free-video-footage.com/>
- Videvo: <http://www.videvo.net/>
- OpenFotage.Net: <http://www.openfootage.net/>



Capítulo 3: Storytelling Digital



História do Storytelling-D

Storytelling

(Deriva do nome Storyteller)

"A pessoa que conta histórias."

em **Oxford English Dictionary**
(nossa tradução)

Digital

"Envolve ou está relacionado com o uso de tecnologia informática."

em **Oxford English Dictionary**
(nossa tradução)

O storytelling digital envolve a combinação de narrativa com conteúdo digital para criar um pequeno filme. As histórias digitais podem incluir filmes interactivos com efeitos visuais e áudio de alta qualidade ou a apresentação de diapositivos com narrativa e música.

A combinação de equipamento e software tecnológico poderoso, e ainda assim acessível, ajusta-se perfeitamente às necessidades das salas de aula actuais, onde o foco é dar aos alunos as competências que precisam para "prosperar em ambientes com media cada vez mais diversificados" (Riesland, 2005).

"Nos últimos anos muito mudou na forma como as histórias são criadas, como os media são usados para facilitar a disseminação de histórias e como essas histórias são consumidas pelas audiências" (Smeda, 2010).

E tal acontece porque a vida e a aprendizagem na era de informação são significativamente diferentes da era industrial (Reigeluth, 1999). Da mesma forma, estudos sobre a aprendizagem continuam a mostrar o valor e eficácia dos métodos de storytelling em geral.

Actualmente, podemos combinar a narrativa com conteúdo digital e criar diferentes produtos, como filmes interactivos com efeitos visuais e áudio ou a apresentação de diapositivos com narrativa e música. De facto, não existem limites para apresentar uma história de forma interactiva.

O resultado é uma abordagem pedagógica inovadora que tem o potencial de atrair os/as alunos/as, apresentando-lhes um ambiente de aprendizagem potenciador da comunicação, reflexão, construção e colaboração.

O Storytelling Digital é uma configuração mais moderna da tradicional arte de storytelling oral; permite que quase todos acedam a hardware e software disponíveis para narrar histórias pessoais com a ajuda de imagens, música e som, combinadas com a criatividade e inovação do autor. (Smeda, 2010).

Para conhecer mais ...

Todos os anos a IBM publica as previsões sobre cinco inovações tecnológicas que podem mudar a forma como vivemos nos próximos 5 anos. Veja o que sugerem para a educação...



Storytelling-D: Potencial e Impacto

Potencial

“O storytelling digital é uma abordagem pedagógica inovadora com o potencial de envolver os aprendentes numa aprendizagem centrada no aluno e melhorar os resultados da aprendizagem em todos os domínios do currículo.”
(Smeda, 2010)

- » Seguindo o mesmo padrão do Storytelling enquanto método de aprendizagem, o storytelling digital pode ser aplicado a todos os níveis educativos, em todos os temas de estudo e disciplinas, assim como em diferentes áreas de gestão, tais como o marketing, os recursos humanos, a saúde, etc.
- » Funciona como um veículo que combina os media digitais com um método de ensino e aprendizagem inovador em que professores/as e alunos/as podem trabalhar as competências tecnológicas.
- » O storytelling digital pode ser utilizado para facilitar abordagens integradoras do desenvolvimento do programa curricular.
- » Encoraja os/as alunos/as a contar as suas próprias histórias, aprofundando a sua experiência educativa.



De acordo com Park & Seo (2009) o storytelling digital compreende 4 características principais.

FLEXIBILIDADE

Criação de uma história não linear usando a tecnologia digital.

UNIVERSALIDADE

Qualquer um pode tornar-se produtor de histórias digitais, devido à ampla disponibilidade de computadores e softwares fáceis de usar.

FORMAÇÃO DE COMUNIDADE

INTERACTIVIDADE

Participação de utilizadores no desenvolvimento de histórias através de características dos media que permitem a partilha mútua.

Adaptado de Xu, Y., Park, H., & Baek, Y. (2011).

Impacto

“O storytelling e o storytelling digital são mais que uma mera tecnologia ou uma forma de arte; consistem em atrair uma comunidade, promover a comunicação intergeracional bem como fornecer um método inovador de investigação histórica.”
(Cho, 2009)

Adicionar a tecnologia à arte de contar uma história resulta em impactos positivos para os/as professores/as e alunos/as no que se refere às suas competências de tecnologia e literacia. Assim, podemos construir uma longa lista de impactos positivos.

Para os/as professores/as:

- Revela melhorias visíveis nos métodos e ferramentas de ensino.
- Apresenta os conteúdos de forma mais atractiva.
- Promove ambientes de aprendizagem construtivos.
- Disponibiliza um ambiente criativo e aberto.

Para os/as alunos/as:

- Promove a participação activa dos/as alunos/as.
- Melhora a motivação dos/as alunos/as.
- Encoraja a resolução de problemas de forma criativa baseada na colaboração e comunicação entre pares.
- Atrai os/as alunos/as para um pensamento altamente organizado e uma aprendizagem profunda.
- Ajuda os/as alunos/as a desenvolver a sua criatividade para resolver problemas importantes de forma inovadora.
- Ganha a atenção dos/as alunos/as.
- Disponibiliza um ambiente de aprendizagem promotor da construção de histórias através da colaboração, reflexão e comunicação interpessoal.

“Os alunos de todas as idades estão mais motivados quando vêem utilidade no que aprendem e usam essa informação para fazer algo com impacto nos outros.”
(Bransford, 2000)

Sincronizar: Histórias + Tecnologia

“A tecnologia serve uma história e não ao contrário.” (Ohler, 2008)

A arte de contar uma história e o potencial do método de storytelling ligado a fins educativos têm agora disponíveis estruturas tecnológicas para melhorar o impacto nos/as alunos/as. Contudo, devemos ter sempre presente o principal papel da história neste processo sendo que os media surgem como um veículo para apresentar os conteúdos de forma inovadora e criativa.

Seguindo esta premissa, podemos ligar ambos – tecnologia e literacia – para distintos fins dentro do objectivo educativo.

- ***Contar e partilhar histórias online –***
Existem diversas páginas de Internet para apresentar e seleccionar histórias (digitais), tais como páginas de comunidades, blogs e wikis. Estas páginas podem também ser usadas como estruturas globais de partilha de informação específica com os/as alunos/as e assim desenvolver projectos de grupo aliados a conteúdos específicos; o resultado consiste numa forma atractiva de manter os/as alunos/as ligados a conteúdos dentro e fora da sala de aula.

- ***Sessões em aula*** – Quando adaptamos o storytelling digital a um programa curricular, os conteúdos podem ser apresentados de forma construtiva, promovendo o trabalho em equipa e a participação activa dos/as professores/as e alunos/as.
- ***Ensino à distância*** – Separados pelo tempo e/ou distância, os/as professores/as e alunos/as podem seguir os conteúdos através de um software e-learning que permite incluir storytelling e resultados num ambiente de aprendizagem flexível, podendo também ser utilizado como complemento ao ensino presencial.

No entanto, construir uma história digital não é um processo simples que segue uma receita ou uma fórmula. Existem sete elementos definidos para criar histórias multimédia eficazes e entusiasmantes. O ***Center for Digital Storytelling*** (CDS) desenvolveu o conceito de 7 elementos úteis como ponto de partida para a criação de histórias digitais



Os 7 elementos do Storytelling Digital

1. Ponto de vista

- Defina a premissa da história para que todas as partes contribuam para a definição do ponto de vista. O que é o ponto de vista?
- Considere a audiência e direcione o ponto de vista para eles. Porque é importante contar-lhes a história? O que é esperado que a audiência compreenda?

2. Questão dramática

- Capte a atenção da audiência no início da história e mantenha o seu interesse durante a história.
- Defina uma questão chave que mantenha a atenção dos alunos. Apresente a questão dramática nas primeiras linhas e resolva-a nas últimas linhas.

3. Conteúdo emocional

- Inclua um aspecto de conteúdo emocional que se ligue aos sentimentos dos alunos e evoque uma resposta: humor, empatia, medo, ansiedade, solidão, etc.
- Considere a perspectiva dos alunos para verdadeiramente gerar uma emoção na audiência.
- Defina um conjunto de variáveis consistente para melhorar o conteúdo emocional com imagens, efeitos, música e tom de voz, por exemplo.

4. O poder da voz

- Personalize a história com a sua voz para ajudar a audiência a compreender o contexto. Esforce-se por obter tons e padrões de conversação naturais.
- Pratique o guião para poder falar com uma voz de conversação, incluindo tempo para parar, pausar e pensar enquanto conta a sua história.

5. O poder da banda sonora

- Adicione efeitos sonoros para definir a história no tempo e transmitir emoção. Coloque música a acompanhar uma imagem, mude a música ainda na mesma imagem para gerar diferentes emoções.
- Considere a possibilidade de ser um fator de distração uma vez que pode coincidir com a voz gravada ou pode ser uma música popular que acrescente informação.

6. Economia

- Inclua apenas os elementos necessários para atrair a audiência do início ao fim.
- Faça um equilíbrio entre a narrativa, o som e elementos visuais, sem sobrecarregar os alunos com demasiada informação.

7. Ritmo

- Mude o ritmo durante a história para facilitar a mudança de uma emoção para outra.
- Defina o ritmo da música, a velocidade do discurso, a duração da imagem e a velocidade do zoom para manter a sua audiência interessada na história.

Nos primeiros dois elementos existe um trabalho referenciado nos tópicos já abordados no primeiro capítulo deste manual. Relativamente aos elementos desde o terceiro ao sétimo, existe o papel indispensável dos meios digitais. Para lidar com as emoções, a atenção e a motivação dos/as alunos/as, a tecnologia surge como uma ferramenta crucial que ultrapassa a ausência dos/as alunos/as e facilita a participação em ambientes de aprendizagem novos, criativos e poderosos. Saiba mais sobre o ritmo através de informação disponível em anexo...



Construir uma História-D

“Uma história digital deve ser bem estruturada de forma a que o seu objectivo não seja esquecido, devendo ser relevante para o seu tópico e cenário. Embora estas dicas pareçam óbvias, é importante lembrar que um sentido sensível à disciplina é essencial quando preparamos histórias online. Continuamente caímos na tentação de incluir histórias sem fim pedagógico que podem revelar o que os narradores sentem mas não adiantam uma compreensão conceptual.” (Neal, 2001)

Para ajudar a construir uma história digital, existem diferentes tipos de processos defendidos por vários autores. O processo apresentado neste manual é o que, na nossa opinião, se adapta melhor – de acordo com estudos recentes – ao fim educativo e reflecte melhor as necessidades dos educadores. No entanto, é importante lembrar os passos explicados no primeiro capítulo deste manual (Storytelling) assim como as dicas apresentadas no segundo capítulo (Tecnologias Digitais e de Informação e Comunicação) e, finalmente, os 7 elementos descritos neste mesmo capítulo. Apenas será possível criar uma história digital quando exista uma compreensão clara de todos os tópicos descritos até agora.

Processo de 4 passos para criar uma história digital



Construir uma História-D: Guião



Escrever um guião

O primeiro passo para desenvolver uma história digital é escrever a história.

De acordo com todas as dicas dadas no primeiro capítulo deste manual, teremos uma história com um tema, um local, uma personagem ou várias, um enredo e, considerando os primeiros dois elementos da história digital, um ponto de vista e uma questão dramática. Mantenha presente o fim educativo da sua história e qual a audiência que pretende alcançar.

Da mesma forma, utilize mapas mentais e linhas temporais para trabalhar a história e para elaborar o guião final, dividido por eventos em distintos locais e momentos. Inclua personagens distintas, possíveis emoções...

As ferramentas referidas são apenas dois exemplos: post-its, mapas ou simples tabelas são também bons exemplos para elaborar o guião da sua história.

Um guião é, literalmente, “um texto escrito de uma peça, um filme ou uma comunicação” (em **Oxford Dictionaries**, nossa tradução), o que significa que quando escrevemos a história pensamos em simultâneo no

resultado final: uma apresentação activa e criativa. Por isso, lembre-se:

- Do objectivo da história, sempre.
- Pausas necessárias e variação de ritmo.
- Escrever na primeira ou na Terceira pessoa, dependendo se é uma história pessoal ou não.
- O guião deve ser escrito em linguagem coloquial.

Construir uma História-D: Storyboard

Criar um Storyboard

Este passo é ainda realizado sem o suporte de ferramentas tecnológicas; embora requeira tempo e atenção aos detalhes.

Um storyboard consiste num plano para que todas as peças caibam juntas na apresentação final; o resultado é uma sequência com todos os elementos visuais (imagens, texto, vídeo, etc). Um storyboard pode parecer uma banda desenhada dado que as cenas são mapeadas com todos os detalhes e mostram como os recursos digitais ficam alinhados entre si. No final, é importante ter todos os eventos organizados contendo a seguinte informação:

Guião de narrativa por eventos

Sequência de imagens e/ou vídeos (alinhados com cada evento)

Tempo para imagens

Planos para transições

Notas em sons e efeitos sonoros

O autor pode criar livremente um modelo de storyboard para organizar todos os detalhes de cada evento. Usando as ferramentas já referidas, como a linha temporal e o mapa mental, o autor pode completar com a restante informação

Como exemplo, pode ser utilizado o seguinte modelo de storyboard:

clip 1	audio	video	duração
	narrativa		
	efeitos sonoros:	efeitos	
	transição	transição:	

- » **Clip** – Identifica cada evento através de um número.
- » **Narrativa** – Texto do/s narrador/es que segue a história e faz correspondência com os meios visuais.
- » **Vídeo** – Adicionar uma imagem/um vídeo.
- » **Duração** – Decidir/definir a duração de cada clip.
- » **Efeitos sonoros** - Adicionar informação sobre os efeitos sonoros, música e outros ficheiros áudio.
- » **Efeitos** – Adicionar notas que descrevam os efeitos a utilizar.
- » **Transição (áudio)** – Definir como será realizada a transição de um som para o seguinte (corte, gradualmente, etc.).
- » **Transição (vídeo)** – Definir como será realizada a transição de um vídeo para o seguinte (corte, gradualmente, etc.).

clip n	audio	video	duração
	narrativa		
	efeitos sonoros:	efeitos	
	transição	transição:	

Pode também experimentar este modelo do educador e escritor Jason Ohler.

<i>Página</i>	<i>data</i>	<i>Nome do projecto</i> <i>Descrição do evento- intervalo</i>	<i>Autor</i> <i>Lista de media</i>
		Aqui descreve: <ul style="list-style-type: none">• o que deve surgir no ecrã (imagem, clip, gráfico ou outro meio visual)• o que os ouvintes devem ouvir (música, narrativa, sons)• os comentários do produtor sobre o que tenta alcançar e comunicar ...	Aqui lista as especificidades de cada recurso digital que necessita; isto ajuda a recolher o material antes de iniciar a construção da história; funciona também como uma "lista de autores a citar" para as obrigações de direitos de autor <ul style="list-style-type: none">• Música, melodias, sons, gravações de voz• Imagens, gráficos, diagramas• Vídeo clip

Narrativa:

Aqui escreve ou descreve a narrativa ...

Construir uma História-D: Media

Gravar, editar e organizar ficheiros media

É neste passo que iniciamos o uso da tecnologia.

Gravar...

Através do uso de um dos exemplos de software de edição de ficheiros áudio (e. g. Audacity), podemos agora gravar ficheiros áudio tendo em atenção a narrativa para cada clip. Se tivermos em conta, durante a gravação, as pausas e ritmos, é aconselhável que se repita o processo de gravação algumas vezes até chegarmos ao resultado perfeito, ajustado às imagens, vídeos e, também importante, ao conteúdo emocional da história. O sucesso do processo de gravação depende principalmente da qualidade do software de edição áudio e da voz do autor.

Editar...

As vozes gravadas, as imagens, os vídeos, as bandas sonoras (música ou outros efeitos sonoros) necessitam ser editados para remover erros, adaptar cores e a duração. Este é apenas um processo técnico, mas é neste passo que podemos já verificar a qualidade do guião e do

storyboard. Nesta fase, todos os elementos começam a ajustar-se como peças de um puzzle.

Organizar ficheiros...

Recolher todos os ficheiros é uma tarefa importante antes de criar a história digital. O texto, as imagens, o som, a música, os vídeos devem ser categorizados em diferentes pastas. É necessário tornar fácil o acesso a cada ficheiro. Assim, pode nomear uma pasta com o título da história e dividir esta pasta em quantas pastas precisar para cada tipo de media - vídeos; imagens; sons; voz; música, etc.



Produzir a história digital

Finalmente, é possível juntar tudo e criar uma história digital. É o momento de escolher a melhor forma para apresentar a história, considerando o propósito e a audiência.

Existem vários exemplos gratuitos, principalmente nas seguintes áreas:

- » Gamificação (usar elementos de desenho de jogos em contextos que não se aplicam a jogos) e vidas virtuais
- » Plataformas de Learning Management System (LMS)
- » Programas de apresentações
- » Software de storytelling
- » Aplicações de telemóvel

Gamificação e vidas virtuais

Diferentes autores reconhecem os múltiplos formatos nos quais as histórias digitais podem ser apresentadas, incluindo num jogo online ou num mundo de realidade virtual. Neste último caso, os ambientes de aprendizagem em realidade virtual têm o potencial de fornecer experiências atractivas e ricas que incluem investigação, descoberta e criação (Dickey, 2005; Park & Baek, 2009; Robin, 2008).

Os educadores podem desenvolver uma história digital para desafiar os alunos a aplicar determinados detalhes numa vida virtual com objectivos virtuais para avaliar.

- **Second Life** - O Second Life representa um mundo em 3D onde todos são uma pessoa real e todos os locais são construídos pelos utilizadores. "Os participantes escrevem as suas histórias de forma dinâmica através da comunicação interactiva que lhes permite conhecerem-se, visitar os locais, trabalhar e conversar com outros residentes do Second Life." (Xu et. al., 2011).
- **Adventure Maker** - Conjunto de ferramentas gratuitas para criar jogos de apontar e clicar, bem como software de multimédia. Permite criar o jogo através do upload de imagens e desenhos. Os utilizadores podem criar um novo ambiente de trabalho neste software com a aplicação CreativePainter. Estão disponíveis tutoriais.
- **Quest** - Permite que os utilizadores desenvolvam jogos interactivos de histórias através de um software gratuito. Podem adicionar ao jogo imagens, música e efeitos sonoros, assim como inserir vídeos do YouTube e Vimeo. Estão disponíveis tutoriais.
- **Adventure Game Studio** - O AGS Editor consiste num Windows-based IDE para a criação de jogos. Permite importar gráficos e escrever guiões para jogos.

Encontre mais jogos para educação disponíveis

SERIOUS GAMES DIRECTORY – Um directório que lista os jogos criados para uso em escolas e universidades, para aprendizagem em casa e formação profissional.



EUROSIS – Apresenta uma página com jogos gratuitos e livres ou bastante acessíveis para adquirir.



Lms Platforms

As plataformas Learning Management System (LMS) são aplicações de software que permitem partilhar conteúdos específicos ou um curso completo com os/as alunos/as (e-learning). Podem ser incluídos variados formatos como vídeos, apresentações, ficheiros áudio, etc.

- **CourseSites** – Plataforma de aprendizagem gratuita online.
- **Moodle** - Aplicação gratuita que os educadores podem usar para criar páginas de Internet de aprendizagem eficazes.
- **LAMS** – Ferramenta para o desenho, gestão e entrega de actividades de aprendizagem colaborativa. Uma ferramenta para criar sequências de actividades de aprendizagem.

Programas de apresentações

- **Prezi** – Ferramenta gratuita, disponível na Internet, que cria uma apresentação sem diapositivos. Os utilizadores podem criar uma apresentação com base numa imagem e mover-se aproximando diferentes partes da imagem. Permite adicionar vídeos, áudio, texto e imagens. Estão disponíveis tutoriais.
- **SlideShare** – Uma comunidade de partilha de apresentações que suporta diferentes formatos para fazer upload, tais como documentos, PDFs, vídeos e webinars. As apresentações podem estar em modo privado ou público e podem também ser partilhadas noutras páginas de Internet.

- **Microsoft PowerPoint** – Um programa de apresentações que é parte do Microsoft Office. Permite desenvolver diapositivos com edição de cor, texto, imagens, ficheiros áudio e criar uma ligação entre todos os diapositivos com diferentes efeitos de transição. Estão disponíveis tutoriais.

Programas de Storytelling

- **PhotoStory3** - Gratuito e fácil de usar, esta aplicação de software da Microsoft permite aos utilizadores criar apresentações de diapositivos através de fotografias e imagens. Os utilizadores podem retocar, cortar ou rodar imagens, adicionar efeitos especiais, música e a narrativa.
- **iMovie** - A alternativa da Apple's ao Photo Story 3. Este programa de criação e edição de filmes tem praticamente as mesmas opções que o Photo Story 3, mas inclui, adicionalmente, a opção de usar vídeos completos.

Aplicações de telemóvel

- **Videolicious** – Aplicação gratuita para realizar vídeos combinando imagens, música e histórias num filme.
- **StoryRobe** - Ferramenta para expressão criativa: permite adicionar fotografias e narrativa e enviar para o YouTube. Serviço com custo associado.
- **StoryKit** - Cria um livro de histórias electrónico. Podem escrever algum texto, ilustrar e desenhar no ecrã, anexar uma fotografia ou desenhar num papel e fotografar ou digitalizar o papel. Os sons podem ser gravados ou usados com efeitos sonoros. Gratuita.
- **Story Creator** – Aplicação gratuita para criar livros de histórias com fotografias, vídeos, texto e áudio.
- **Blurb** –Aplicação gratuita que faz a sequência de fotografias, áudio e vídeo.

Actividades de Histórias-D

Exercício - a.

Recorda os exercícios que realizou no primeiro capítulo? E os do segundo capítulo? Então vamos buscar a história do “Papel Azul” ou escolha uma das suas histórias e imagine que elementos de media pode associar para contar a história de forma digital. Selecione um dos storyboards que apresentamos ou construa o seu próprio storyboard e comece a preenchê-lo!

Lembre-se que deve considerar:

- O que vai acontecer no ecrã (imagem, clip, gráfico ou outro tipo de meio visual)
- O que o ouvinte vai ouvir (música, narrativa, sons)
- O que pretende alcançar e comunicar
- Música, melodias, sons, gravações de voz
- Imagens, gráficos, diagramas
- Vídeo clip(s)
- Transições de texto/título

Exercício - b.

Agora selecione a ferramenta que prefere usar na sua história digital, e. g. gamificação, aplicações de telemóvel, programas de apresentação ou de storytelling, LMS. Explore, experimente e relacione o seu storyboard com a tecnologia!

Exercício - c.

Seguindo o exemplo do exercício no primeiro capítulo, por favor encontre vários exemplos de histórias digitais em anexo e tente adaptá-las à sua área de profissão e audiência.

Tenha uma ótima viagem!

Elemento de Storytelling Digital - Ritmo



Dois tipos de ritmo

"Em primeiro lugar, o ritmo refere-se a quão rápida a sua história se desenrola. Gasta mais tempo em algumas partes da história e menos tempo noutras? Pode pretender gastar mais tempo num episódio, peça ou interacção da sua história que noutras situações. A sua audiência irá ajudar a responder a esta questão. Embora possa contar sempre a mesma história, as diferenças na sua audiência ajudam a perceber quando focar mais a parte A ou a parte B. Existe uma segunda forma de descrever o ritmo em storytelling. Quão rápido será o seu discurso enquanto conta a história? A prática de um ritmo intencional pode ajudar a criar flexibilidade na sua história.

Quando fala com um ritmo lento, pode estar a comunicar a ideia de medo, de raiva, de descrença, de espanto ou de incredulidade.

Quando fala muito rápido pode também estar a partilhar emoções de medo, raiva, excitação, energia, alegria, surpresa.

Como percebeu, listamos as palavras medo e raiva nos dois tipos de ritmo, lento e rápido.

Pense nas seguintes questões: O que (ou QUEM) faz a diferença em como estas emoções são comunicadas? Faz diferença a quem está a ser direccionado? Faz diferença onde a acção se desenrola?

Em geral, a maioria dos narradores não pensam sobre as ideias de ritmo. Eles simplesmente contam a sua história com um ritmo baseado nas situações em que não se recordam dos episódios (ritmo lento) ou em que tentam comunicar todas as palavras que recordam (ritmo rápido).

Em vez de permitir que as palavras saiam aleatoriamente da sua boca, faça escolhas intencionais sobre quão rápido as suas personagens falam."

Texto de Sean Buvala, storyteller

Histórias-D em... Jardins de Infância

Estudo de caso 1

Abordagem ao Storytelling

A abordagem inclui uma actividade de aprendizagem num ambiente formal de aula. Foi utilizado o serviço de Internet 2.0, Tikatok (<http://www.tikatok.com/>)

Origem / Contexto

Este estudo de caso piloto foi realizado pela Universidade de Western Macedonia com o objectivo de investigar se a Internet e o fornecimento de um formato de livro (booklet) facilitariam, em crianças em jardim-de-infância, as competências de storytelling e de escrita. O estudo de caso foi implementado dentro do contexto de uma tese de licenciatura.

Breve descrição

Oito crianças de jardim-de-infância formaram quatro grupos de dois elementos. Foi-lhes apresentado o início de uma história e pedido que a continuassem. O grupo A escreveu a sua história através do serviço Tikatok e ilustrou-a com imagens da Internet. O grupo B teve acesso a um booklet em branco para escrever a sua história, podendo ilustrá-la com imagens

da Internet. O grupo C teve o mesmo booklet mas tinham de desenhar as suas ilustrações. O grupo D teve acesso a uma página em branco e foi-lhes pedido que completassem a história e a ilustrassem com desenhos.

Elementos que qualificam o caso como uma “boa prática”

Os resultados empíricos indicam que um meio digital facilita a habilidade de escrita em crianças, melhora a sua criatividade e suporta a expressão da sua imaginação. As medidas incluíram erros de linguagem, uso de vocabulário mais sofisticado, complexidade do enredo, número de personagens que surgiram na história, transição entre cenas, eficácia de ilustrações e sua complementaridade com o manuscrito. Foi ainda avaliado, o tamanho da história e a estrutura em geral, assim como a colaboração das crianças durante o processo de desenvolvimento (senso comum).

Pontos chave para uma prática eficaz

Optar por uma questão familiar às crianças com uma história cuidadosamente selecionada e com uma abordagem inicial aberta (e.g. através de uma imagem, um poema, uma personagem e um cenário, etc.).

Referências adicionais

- Bratitsis, T., Kotopoulos, T. Mandila, K. (2012). Kindergarten children's motivation and collaboration being triggered via computers while creating digital stories: a case study. International Journal of Knowledge and Learning. Special Issue: "Advanced Knowledge-intensive Approaches in Support for Social Networks and Learning Systems", 8 (3-4), Inderscience Publishers, 239-258.
- Bratitsis, T., Kotopoulos, T., Mandila, K. (2011). Kindergarten Children as Story Makers. The Effect of the Digital Medium. In F., Xhafa, L., Barolli, M., Köppen (Eds.), Proceedings of the IEEE 3rd International Conference On Intelligent Networking and Collaborative Systems - INCoS 2011 (pp. 84-91). Fukuoka, Japan, November 30 - December 2, 2011.

Estudo de caso 2

Abordagem ao storytelling

A abordagem inclui uma actividade de aprendizagem em contexto formal de sala. Foi implementado um conto de fadas interactivo através da plataforma de programação Scratch (<http://scratch.mit.edu/>). Foi seguida uma abordagem de b-learning, combinando actividades baseadas em TIC com experiências em sala.

Origem / Contexto

Este estudo de caso piloto foi desenvolvido pela Universidade de Western Macedonia com o objectivo de investigar como o uso de histórias interactivas pode melhorar a percepção e compreensão das crianças sobre fenómenos físicos. O estudo de caso foca-se no fenómeno "flutuar - afundar". O estudo de caso foi implementado no contexto de uma tese de mestrado.

Breve descrição

Foi implementada uma história interactiva baseada num mito de Esopo e usando a plataforma Scratch. O mito original envolve uma formiga e um pombo. A formiga caminha pela floresta e enfrenta o perigo de se afogar quando tenta beber água inclinando-se num riacho.

Um pombo que passava naquele momento atirou uma folha para salvar a formiga. Quando a formiga volta, retribui o grande favor mordendo um caçador que tentava atingir o pombo.

Na história, a criança pode seleccionar, entre quatro opções, o item que o pombo atira à formiga. Os itens são seleccionados segundo a percepção das crianças sobre o fenómeno correspondente, como referido em literatura. Cada escolha leva a um desenrolar diferente da história através de visualização e áudio para que as crianças possam perceber quais os itens que flutuam e porquê, numa sessão de reflexão. Da mesma forma, as experiências com os mesmos objectos são implementadas em aula de forma a avaliar o conhecimento construtivo.

Elementos que qualificam o caso como uma “boa prática”

Os resultados empíricos indicam que a história auxilia as crianças no processo de compreensão dos atributos dos itens utilizados para flutuar (e.g. material, tamanho, forma, etc.).

Pontos-chave para uma prática eficaz

Um conto de fadas comum com o qual as crianças estejam familiarizadas. Deve ter um enredo convincente e entusiasmante para que as crianças possam directamente relacionar a situação descrita e entrar no cenário. O

storytelling digital pode ser combinado com experiências em sala e/ou outras formas de aprendizagem experimental de forma a ser totalmente eficaz.

Referências adicionais

Bratsis, T. Margariti, A. (2012). Interactive applications with Scratch for teaching physical phenomena in Kindergarten. 7th Panhellenic conference “Physical Sciences in Kindergarten: Going beyond the limits of formal and informal education of children for Physical Sciences and Environmental training”, 19-21 October 2012, Florina (only in Greek).

Estudo de caso 3

Abordagem ao storytelling

A abordagem inclui actividades de aprendizagem em contexto formal. Uma ferramenta web 2.0, Comic Life (<http://comiclife.com/>), foi usada para criar uma banda desenhada.

Origem / Contexto

Este projecto pretende investigar o potencial de ferramentas de TIC (como a banda desenhada, a vídeo conferência, o email, etc.) para melhorar as competências de storytelling colaborativo em jardins de infância.

Breve descrição

As crianças de dois jardins de infância (29º Jardim de Infância de Piraeus, Jardim de Infância de Evrosos, na Grécia) colaboraram à distância na criação de uma história sobre o conceito de paz. O grupo A escreveu o início da história e o Grupo B terminou-a. Uma parte do grupo A dramatizou a história enquanto as restantes crianças tiraram fotografias com uma câmara digital. As fotografias foram enviadas por email para a outra turma. O grupo B escreveu os diálogos para as fotografias. Tanto os textos como as imagens foram importados para o Comic Life criando uma banda desenhada.

Elementos que qualificam este caso como uma “boa prática”

O produto final foi um esforço de colaboração entre as personagens, as acções e os pontos de vista da história. Os resultados indicam que as crianças fizeram uma transição multinível, da fantasia à criatividade, combinando o storytelling, o drama e a tecnologia. Desta forma, tanto as competências de narrativa como de tecnologia foram melhoradas resultando num novo texto multimodal. A tecnologia é uma mais-valia em todo o processo. Todas as ferramentas de TIC facilitam a ligação, a comunicação e a colaboração entre professores e crianças à distância.

Pontos chave para uma prática eficaz

Alguma coisa que atraia as crianças (um quadro, um livro, um herói, etc.) pode dar asas à sua imaginação.

Referências adicionais

Moutafidou, A., & Melliou, K. (2012). Creating collaboratively digital comic in kindergarten. Proceedings of the SUPR-DICT 9th Conference on Education in the age of ICT. Athens: Scientific Association of Primary Teachers for the dissemination of ICT in education.



Histórias-D em... Ensino Primário

Estudo de caso 1

Abordagem ao storytelling

O projecto envolve duas escolas primárias de duas regiões italianas diferentes, a Escola primária de "Nicola Scarano" em Campobasso e a Escola primária de Medolla. As actividades são realizadas em contexto de aprendizagem formal.

O tema do projecto é o storytelling digital como uma forma inovadora de comunicar e partilhar experiências entre crianças através de instrumentos de TIC.

Origem / Contexto

Em 2012, Emilia Romagna, uma região no norte de Itália, foi seriamente atingida por um forte terramoto que causou a destruição de cidades e muitos edifícios. Entre os edifícios, várias escolas foram fortemente destruídas tornando-se desajustadas e inúteis. As crianças ficaram chocadas com a tragédia e foram realizados vários esforços no sentido de ajudá-las a enfrentar este evento. Alguns anos antes, o mesmo evento atingiu Molise.

De acordo com o assessor do departamento de educação de Emilia Romagna, as crianças necessitam partilhar esta experiência com outras crianças de diferentes regiões para transformar as suas emoções num valor e oportunidade de se tomarem mais fortes. Com o apoio de Molise, a primeira região a intervir em

Emilia Romagna após o terramoto, foi construído um acampamento de escolas para reforçar a cooperação entre as duas regiões.

Breve descrição

O projecto pretende promover o storytelling digital como um instrumento positivo de comunicação e partilha de experiências entre salas de aula distantes. Neste caso, o terramoto era uma experiência comum entre as duas escolas envolvidas. As actividades em paralelo relacionam-se com a escrita e leitura sobre o terramoto e sua prevenção, através de uma plataforma digital <https://sistemamolise.it> (apenas em italiano).

O projecto experimental envolve duas escolas primárias nesta primeira edição, mas numa próxima edição será alargado a outras escolas.

Elementos que qualificam este caso como uma "boa prática"

Numa situação de desastre como é um terramoto, esta forma de cooperação é uma oportunidade para que as crianças vivam uma experiência de cooperação, troca de ideias e comparação com estudantes de outros locais, usando a sua criatividade para se expressarem, abrindo-se e tirando partido das novas tecnologias. Ao mesmo tempo, a elaboração de um portal web específico permite que os alunos tenham a protecção necessária face aos riscos de usar Internet sem um tutor.

Pontos-chave para uma prática eficaz

O projecto foi pensado como uma experiência para ser reproduzida noutras escolas mas também noutras realidades. O storytelling digital e as TIC permitem reduzir a distância geográfica facilmente e com a orientação tutorial e protecção adequadas representam a forma correta para alcançar o objectivo de cooperação, compreensão do evento, aceitação de diferenças.

Histórias-D em... Ensino Secundário



Estudo de caso 1

Abordagem ao Storytelling

Esta prática de Storytelling Digital (SD) foi aplicada a uma turma do 10º ano como parte do programa educativo na disciplina de geografia (área de Línguas e Humanidades). Os alunos tiveram de construir duas histórias digitais de acordo com dois temas distintos e previamente definidos.

Para ajudá-los, o professor responsável pela turma criou um blog com sugestões, definições, tutoriais, exemplos e aplicações gratuitas que facilitaram o acesso dos alunos a informação sobre SD.

Os alunos foram os actores principais deste projecto dado que teriam de criar uma história digital e apresenta-la à turma para avaliação. Para edição, gravação e aplicação de efeitos especiais em vídeos, os alunos acederam a diferentes aplicações gratuitas sugeridas pelo professor, tais como o Windows Live Movie Maker, o Audacity, o Pixlr.

Para a fase de criação de um storyboard, os alunos seguiram o modelo "Annotated Visual Portrait of a Story (VPS)" que foi substituído pelo modelo disponível em www.educationworld.com

Origem / Contexto

Esta prática de SD foi implementada para explorar e estudar o uso do SD na educação, especialmente no programa educativo de

geografia para alunos do 10º ano, dado não existir registo de uma prática similar no ensino público em Portugal. A escola que recebeu esta iniciativa foi a Escola Secundária Arq. Oliveira Ferreira. O estudo resulta de uma tese de mestrado e foi apresentado no II Congresso Internacional de TIC e educação.

O autor continua a aplicar esta técnica seguindo os resultados positivos obtidos na primeira aplicação.

Breve descrição

Foi proposto a alunos de 10º ano da turma de geografia que construíssem duas histórias digitais relacionadas com dois temas diferentes. A turma era composta por 21 alunos divididos em grupos de 3 a 5 elementos, resultando em 8 grupos. A primeira história digital estava relacionada com o tema "As principais questões sociodemográficas: envelhecimento da população" e o Segundo tema referia-se a "O uso da costa marítima e dos seus recursos". No início, o professor introduziu o tema de SD e deu um guião e um storyboard definindo cada passo para construir uma história baseada no modelo "Annotated Visual Portrait of a Story (VPS)". Em seguida, o professor explicou os sete elementos do SD de acordo com o definido pelo Center for Digital Storytelling (CDS). Finalmente, o professor mostrou como usar várias aplicações para edição de vídeo e efeitos especiais, como o Windows Live Movie

Maker, o Audacity, o Pixlr. Esta primeira fase foi apresentada em duas sessões de 45 minutos. Por fim, os alunos iniciaram o seu trabalho seguindo as diferentes fases, nomeadamente as sugeridas por Bull & Kajder (2004):

1. escrever um guião inicial – cada grupo escreveu uma história de acordo com o seu tema e apresentou ao professor que fez algumas sugestões e correcções (duração: duas sessões de 45 minutos);
2. planear e acompanhar com um storyboard – os alunos adaptaram o texto para o storyboard começando a procurar as primeiras imagens (duração: uma sessão de 90 minutos);
3. discutir e rever o guião – realizado em cada grupo e sob a tutorial do professor;
4. sequenciar as imagens na edição de vídeo; adicionar a narrativa; adicionar efeitos especiais e transições; adicionar uma banda sonora – os alunos usaram a biblioteca da Escola, uma sala e as suas casas para gravar a narrativa e adicionar música (duração: duas sessões com um total de 135 minutos).

No final, cada grupo apresentou em sala a sua história digital, seguindo um momento de auto e heteroavaliação.

Para o segundo tema, os alunos substituíram o modelo inicialmente adoptado para o disponível em www.educationworld.com. Após conclusão verificou-se que o primeiro modelo não foi

funcional. Outra mudança referiu-se ao uso criativo de imagens pelos alunos, como por exemplo o uso de ilustrações e filmes próprios dado a escola estar localizada perto da zona costeira.

Elementos que qualificam este caso como uma “boa prática”

Foi realizada uma avaliação quantitativa e qualitativa através de questionários anónimos e uma sessão de focus group. Como conclusões, os alunos ficaram muito motivados em trabalhar com este método dado terem sido responsáveis pela pesquisa, selecção e organização de toda a informação, tomando este processo de aprendizagem uma forma diferente de aprender e explorar um tema. Eles reconheceram que agora tinham consciência da importância dos temas uma vez que adquiriram um conjunto de novas competências. Foi também perceptível que fazendo com que os alunos se organizem em grupos e explorem temas desconhecidos, de áreas como a geografia e as TIC, permite melhorar o trabalho em equipa em cada grupo e entre os vários grupos, promovendo a criatividade e compromisso.

Pontos-chave para uma prática eficaz

Existem alguns pontos que conduziram esta experiência a uma boa prática, nomeadamente:

- a criação de um blog pelo professor – com sugestões, definições, tutoriais, exemplos e aplicações gratuitas que facilitaram o acesso dos alunos a informação de SD;
- A auto e heteroavaliação no final – pelos grupos e pelos alunos fazendo com que os alunos fossem responsáveis pelo seu trabalho e conscientes das consequências, mas também serviu para melhorar o trabalho em equipa e o compromisso tomando a turma numa comunidade de aprendizagem;
- O papel crucial dos alunos – uma vez que criaram uma história digital e a apresentaram;
- A introdução do tema de SD - imperativo para o conhecimento e primeiro contacto com o storytelling e o SD pelos alunos e com orientações ao longo das fases do SD.

Referências adicionais

Alves, A., & Coutinho, C. (2012). Digital storytelling nas aulas de geografia: um estudo com alunos do 10.º ano. Proceedings of the II International Congress - ICT and Education – ticEduca 2012. Lisbon: Institute of Education of the University of Lisbon. Available at <http://ticeduca.ie.ul.pt/atas/pdf/130.pdf>

Estudo de caso 2

Abordagem ao Storytelling

Imagine que está no ano de 1940, tem 13 anos de idade e vive em Roterdão. A cidade está em ruínas após os bombardeamentos e não sabe onde está o seu pai. Terá de o procurar... Este é o início do instrumento tecnológico que ensina as crianças sobre os eventos da II Guerra Mundial.

Origem / Contexto

O projecto consiste numa série de televisão com 13 episódios (produzido e transmitido em 2009 pela NPS, agora canal de televisão nacional NTR), um jogo online e um kit educativo. Em cada episódio, a vida de uma criança holandesa durante a II Guerra Mundial é o centro da história.

Breve descrição

No jogo, as crianças são confrontadas com opções e dilemas que a situação de guerra proporciona. O jogador irá começar a pensar o que significa viver durante a Guerra, como sabemos quando e porque devemos seguir as opções? O jogo oferece uma melhor perspectiva dos eventos durante a guerra, permitindo que as crianças pensem sozinhas e façam escolhas mas também que coloquem questões (para discutir) e curiosidades (como as outras crianças se sentem na guerra actualmente).

Elementos que qualificam este caso como uma “boa prática”

A página de Internet foi visitada 150.000 vezes em três meses e o jogo online 90.000 vezes. O jogo foi nomeado para o Prix Jeunesse International, o Japan Prize e o SpinAward. A série televisiva foi nomeada para um EMMY em 2010.

Pontos chave para uma prática eficaz

A série foi publicada em DVD e foram adicionalmente desenvolvidos um kit educativo para professores e um manual, podendo este projecto ser reutilizado durante os próximos anos.

Páginas Web (apenas em holandês)

<http://13indeoorlog.nps.nl/>

<http://13indeoorlog.nps.nl/game13.html>

Estudo de caso 3

Abordagem ao storytelling

A inevitabilidade em usar novos meios na educação é geralmente reconhecida. A Waag Society é reconhecida como um centro de especialidade para temas culturais e TIC. O centro de especialidade da Waag Society pretende investigar o que as inovações podem significar para a educação cultural. A Waag Society tem experiência no ensino em escolas através do uso de meios digitais desenvolvendo os seus próprios formatos baseados em storytelling digital.

Origem / Contexto

Para estimular as competências em storytelling com alunos, a Teleac/NOT desenvolveu lições de storytelling na televisão de escolas secundárias. O projecto resultou num número alargado de vídeos curtos, online, nos quais os alunos contam as suas histórias e ilustram com som e meios visuais. A Waag Society trabalhou em cooperação com a Teleac/NOT e a Faculdade de Educação de Amesterdão, enquanto o Center for Digital Storytelling em Berkeley foi parceiro neste projecto.

Breve descrição

Nos dois primeiros anos do projecto em escolas secundárias, foi desenvolvida pela Teleac/NOT uma série televisiva para usar em contexto de aulas permitindo estimular competências de storytelling nos alunos. O storytelling digital foi adicionado pela Waag Society como uma extensão contemporânea da televisão e da aprendizagem de base.

Duração do projecto: 31-12-2003 a 30-12-2005. Página de Internet disponível em <http://digitaalvertellen.waag.org/> (apenas em holandês).

Elementos que potenciam este caso como uma “boa prática”

O projecto resultou num número alargado de filmes curtos e online onde os alunos não só contaram a sua história como também a ilustraram com som e meios visuais.

O software disponibilizado (e desenvolvido) pela Waag Society foi: ScratchWorx, Verhalentafel, AnimatieMachine e Nine.

Pontos chave para uma prática eficaz

As lições retidas neste projecto:

- Os alunos ficam altamente motivados
- A combinação entre o pessoal e o real é a chave para atrair grupos de jovens
- O processo de grupo é positivamente reforçado pela intimidade do processo
- Os alunos mais velhos usam mais as imagens abstractas que os mais jovens
- A reeducação dos professores é necessária para usarem o método de storytelling digital.

Histórias-D Em... Ensino Superior & Formação de Adultos

Estudo de caso 1

Abordagem ao storytelling

A idade média do público do documentário na Holanda é de 55 ou mais anos. O canal público de televisão holandesa VPRO procurou passar a mensagem do documentário – ‘Energy Risk’ (sobre o perigo de uma crise energética) - pelo maior número de audiência possível.

Origem / Contexto

‘Energy Risk’ destaca os eventos que podem mudar a segurança energética durante as próximas duas décadas. O projecto COLLAPSUS implementa todas as teorias e previsões do documentário num cenário fictício do futuro

Estamos no ano de 2012. Em todo o mundo existem bloqueios energéticos, agitação social e discórdia política: o caos governa. Um grupo de jovens ambiciosos de diferentes lugares do mundo fala sobre a situação assustadora e expõe um mundo pleno de conspirações e problemas relativos ao fornecimento de energia. Os documentários ‘Energy Risk’ e COLLAPSUS (<http://www.collapsus.com/>) foram desenvolvidos em 2010.

Breve descrição

A história é contada através do COLLAPSUS de uma forma revolucionária, nomeadamente através da mistura de ficção, documentários e componentes interactivos: material de arquivo, excertos do documentário, animação e técnicas interactivas de jogo.

Enquanto os jogadores podem seguir as personagens da história (comunicando entre eles mas também produzindo mini-blogs) podem também perguntar sobre informação extra relativa a questões energéticas e – graças a técnicas de jogo – podem tomar decisões segundo o conhecimento adquirido e a sua própria perspectiva.

Elementos que qualificam este caso como uma “boa prática”

O VPRO contratou um produtor interactivo – a empresa de trans-media Submarine – para o COLLAPSUS, para escrever o guião, filmar, animar, desenhar e construir o evento. Foi desenhado e produzido pelo perito Tommy Pallotta. A equipa era composta por 60 membros. O COLLAPSUS ganhou vários prémios de prestígio e é frequentemente apresentado como um bom exemplo de storytelling interactivo e transmedia. A produção foi apoiada pela VSBfonds, SNS REAAL Fonds e Stimuleringsfonds Nederlandse Culturele Mediaproducties en GasTerra.

Pontos chave para uma prática eficaz

A abordagem híbrida (multi e transmedia,) sem as normais personagens como narradores, reflecte o momento actual e as tendências de educação. A VPRO fez com que uma larga audiência fosse consciencializada e marcou a sua presença na educação pública.



Estudo de caso 2

Abordagem ao storytelling

O projecto foi conduzido através de um curso numa universidade – Engenharia Cinematográfica, do Politécnico de Turim em Itália – em contexto educativo formal e utilizou ferramentas de storytelling específicas. Em particular, foram explorados muitos instrumentos de TIC: fórum, wikies, partilha de vídeos, Moodle, Second Life.

Origem / Contexto

Actualmente, vivemos num mundo cheio de histórias, recorrendo ao poder das emoções para comunicar. Os jovens também estão cada vez mais comprometidos, sociais, criativos através de ferramentas 2.0 que permitem que todos não só conheçam histórias como também contem a sua história (com um post num blog, um vídeo no Youtube, mensagens no Facebook, etc.). Existe um novo espaço simbólico intitulado de “comunicação em massa”.

Como o gap entre os processos de aprendizagem tradicional e novas formas de aprendizagem está cada vez maior, são necessários novos métodos didáticos.

O projecto StoryLab teve o propósito de experimentar dinâmicas geradoras de compromisso e colaboração em contexto de educação tradicional.

Breve descrição

A experiência do laboratório digital StoryLab foi desenvolvida durante o ano lectivo de 2010-2011 e aplicada a 55 alunos da universidade no curso de engenharia cinematográfica.

O laboratório foi estruturado em 20 horas, divididas em 10 horas presenciais e 10 horas com actividade online.

O objectivo do projecto foi experimentar o storytelling digital através de um processo atractivo de escrita, partilha e criação de uma comunidade a partir das histórias.

Durante a primeira fase, os alunos tiveram acesso a alguns conteúdos em diferentes materiais: mapas conceptuais, notas, vídeos, notícias. Os alunos tiveram de organizar todo o material e construir uma interpretação lógica.

A segunda fase foi mais criativa e dedicada ao storytelling, sendo criada uma história segundo um determinado tópico. Para a história, os alunos tiveram de optar entre quatro personagens e dois cenários de referência. As histórias foram criadas e relatadas em vídeo através de plataformas digitais, como o Sloodle, o Moodle e o Second Life.

A fase de avaliação foi um momento partilhado, uma vez que cada aluno votou nas histórias dos restantes através de um fórum.

Elementos que qualificam este caso como uma boa prática

Nesta actividade, é requerido um novo papel para o professor dado que este deve ser o líder, orientando os alunos durante todas as fases do projecto. O papel dos alunos é também novo uma vez que se baseia numa abordagem mais criativa e transversal que o normal. Os alunos revelaram muito interesse nas técnicas digitais e no processo criativo e tiveram de adquirir novas competências específicas para usar os programas digitais.

Por outro lado, os alunos revelaram os seus valores e ideias através das histórias e não só o seu conhecimento sobre determinado tópico. Tal prova que o storytelling é útil para revelar uma interpretação mais interior sobre questões e temas.

Pontos chave para uma prática eficaz

O projecto pode ser reproduzido noutros níveis de ensino e considerado como um modelo de instrumento digital útil para atrair os alunos no processo de aprendizagem.

As técnicas digitais e ferramentas criativas são cada vez mais interessantes para os jovens.

Como sugerido pelos autores envolvidos no projecto, podem ser realizadas algumas alterações na metodologia de forma a melhorar os resultados.

Referências adicionais

Taddeo, G. & Testaceni, G. (2011).

Un'esperienza di digital storytelling, mash-up e cultura partecipativa per la didattica.

DIDAMATICA (Informatica per la Didattica).

Milan: AICA - Associazione Italiana per l'Informatica ed il Calcolo Automatico.

Available at didamatica2011.polito.it/content/download/318/1249/version/1/ (apenas em italiano).

Taddeo, G. (2010). Storytelling e mash up

culturale: nuovi strumenti per il LifeLongLearning.

Politecnico di Torino. Available at [http://](http://pt.scribd.com/doc/27584136/Storytelling-e-Mash-Up-Culturale)

pt.scribd.com/doc/27584136/Storytelling-e-Mash-Up-Culturale (apenas em italiano).

Histórias-D em... Saúde

Estudo de caso 1

Abordagem ao storytelling

O projecto refere-se à metodologia de narrativa em medicina. Em particular, o instrumento selecionado para a recolha de histórias é um conto de fadas semi-estruturado e o modelo, criado em conjunto com a Associação Italiana de Obesidade (Obeses' Friends), segue o esquema de Vladimir Propp (1926).

A actividade foi usada em contexto informal e criada de acordo com instrumentos de TIC, através da difusão online e recolha de histórias na página de Internet

www.amiciobesi.it.

Origem / Contexto

A obesidade é considerada pela OMS (Organização Mundial da Saúde) como uma emergência nos cuidados de saúde (mais de 300 milhões de pessoas no mundo), sendo causado por estilos de vida e nutrição errados. No entanto, a componente psicológica é importante tal como outros aspectos que contribuem para o agravamento do problema. Por essa razão, para além da terapia médica e dieta, a ajuda psicológica e social a pessoas obesas é importante dado que os factores intrínsecos podem determinar o sucesso da terapia. Para chegar à forma correcta de comunicação é necessário considerá-la como o centro do caminho através da escuta e compreensão das suas experiências com a

obesidade. A narrativa médica permite dar aos pacientes a oportunidade de contar a sua história e o seu ponto de vista, sendo que os médicos podem ouvir e partilhar igualmente os seus sentimentos criando, assim, um diálogo real não possível durante as consultas normais

Breve descrição

O objectivo do projecto, desenvolvido pela ISTUD, é promover através da narrativa médica uma cultura de boas práticas aplicadas à obesidade dando valor às histórias recolhidas de pessoas obesas e de forma a criar uma oportunidade de troca de experiências. O projecto foi desenvolvido em 2011 e foram envolvidas 149 pessoas com obesidade através da recolha das suas histórias. Particularmente, foi pedido que este público preenchesse um conto de fadas semi-estruturado e colocado online na página de Internet das principais associações italianas de pessoas com obesidade (Obeses' Friends). Através dos contos de fadas, este público contou o caminho que percorreram com a obesidade seguindo um esquema estruturado anonimamente. Para além disso, 25 médicos foram envolvidos numa entrevista para contar a sua experiência. Através destas histórias foi revelado um mundo muito complexo que inclui sucessos, fracassos, tentativas, terapias, esperas, discriminação, recomeços, vida. Os resultados do projecto foram apresentados no Barilla Centre for Food and Nutrition em Setembro de 2012.



Elementos que qualificam este caso como uma “boa prática”

O instrumento digital usado para difusão e recolha de histórias associado à abordagem inovadora da actividade contribuíram para o sucesso desta iniciativa. Das 100 histórias esperadas, foram recolhidas 149 num período de dois meses. Tal prova que a ferramenta digital combinada com a metodologia de narrativa médica são o melhor caminho para chegar às pessoas e criar um diálogo real e construtivo.

Da mesma forma, o instrumento específico de conto de fadas permite que as pessoas se mantenham num “ambiente protector” contando a sua história sem se expor nem ser julgadas.

Pontos-chave para uma prática eficaz

O projecto pode ser reproduzido e considerado como um modelo para instrumentos digitais usados para chegar a pessoas e comunicar eficientemente com eles.

A difusão online da actividade, através da referência à página de Internet <http://www.amiciobesi.it>, permite dar ao projecto uma ampla visibilidade.

Com uma metodologia bem estruturada e uma actividade apropriada de interpretação e análise, a actividade pode ser realizada com sucesso.

Estudo de caso 2

Abordagem ao storytelling

O projecto refere-se a um procedimento específico de investigação preparado pelo comité científico do “Italian Narrative Medicine Experimental Laboratory”, composto por peritos italianos em narrativa médica e com a colaboração da European Society for Health and Medical Sociology.

A actividade foi realizada num cenário informal e foi criada com instrumentos de TIC através da difusão online e recolha de histórias para as páginas de Internet

www.repubblica.it e <http://www.viverlatutta.it>.

Origem / Contexto

Na sociedade actual, a doença é considerada uma combinação de sintomas, causas e curas. Existe pouca atenção às experiências de doença das pessoas. Mas as histórias com os seus componentes emocionais têm muitas potencialidades e representam a oportunidade de transmitir informação útil. Se interpretadas e analisadas com técnicas de narrativa médica e de forma adequada, as histórias fornecem elementos importantes para a percepção da doença e as formas de enfrentá-la, o que contribui para melhorar os serviços e estrutura dos cuidados de saúde centrados no paciente.

Breve descrição

"VIVERLA TUTTA" é um espaço digital aberto criado num dos mais importantes jornais italianos - La Repubblica (Repubblica.it) – para a recolha de histórias de cidadãos que sofrem de uma doença ou são prestadores de cuidados de saúde. O objectivo do projecto é contar as experiências de doença e caminhos seguidos de forma a obter os pontos de vista das pessoas relativamente à sua forma de viver a doença e os serviços de cuidados de saúde. Para este fim, foi elaborado um modelo digital semi-estruturado de acordo com a metodologia de narrativa médica para guiar as pessoas na sua actividade de storytelling. Todas as histórias recolhidas foram analisadas pelo comité científico.

Na primeira edição (2011-2012), foram recolhidas mais de 4000 histórias e esta experiência foi apresentada, em 2013, na Conferência Internacional de Narrativa Médica realizada no King's College London, nos dias 19 a 21 de Junho.

Elementos que qualificam este caso como uma "boa prática"

A ferramenta inovadora usada no projecto combinada com a abordagem incentivante da actividade (igualmente inovadora na gestão de cuidados de saúde italiana) e a inesperada participação das pessoas (mais de 4000 histórias recolhidas) provam que as novas tecnologias digitais estão prontas para ser utilizadas como instrumentos chave de comunicação com as pessoas, ouvindo-as de forma construtiva.

Pontos-chave para uma prática eficaz

O projecto pode ser reproduzido e considerado como um modelo de instrumento digital útil para alcançar as pessoas e comunicar com elas de forma eficiente. A difusão online da actividade foi realizada através da página de Internet <http://www.repubblica>. que permitiu dar ao projecto uma ampla visibilidade e chegar a muitas pessoas. Com uma metodologia bem estruturada e um comité científico experiente, a actividade pode ser realizada facilmente e sem elevados custos.

Estudo de caso 3

Abordagem ao storytelling

O projecto foi realizado em contexto de aprendizagem formal pela Higher Education Academy Health Science and Practice Subject Centre (Reino Unido) e aplicado a estudantes de enfermagem. Para assegurar que o módulo e a avaliação fossem distribuídos dentro dos modelos do departamento, foram requeridas as orientações e a aprovação do comité de qualidade de ensino e aprendizagem, do sub painel de pré registo de exame de enfermagem e do comité de gestão de investigação. Não foi utilizado nenhum instrumento de TIC.

Origem / Contexto

O apoio a estudantes de enfermagem para valorizar o envelhecimento e as necessidades das pessoas idosas é um desafio mas uma prioridade crescente. A educação de enfermagem, e em geral a de profissões de prestação de cuidados, foca normalmente a prática reflectiva para promover o compromisso e informação com experiências dos outros. Enquanto as abordagens reflectivas na educação podem ajudar os estudantes de enfermagem a compreender as experiências e necessidades dos idosos, a escrita criativa é considerada como uma abordagem alternativa que promoverá um nível distinto de compromisso e informação, bem como uma forma de “transformar” o modo como os estudantes de enfermagem pensam (e sentem) relativamente aos idosos. Foi já reportado que ao ouvir as histórias dos

pacientes os enfermeiros conseguem interagir, tornar-se ouvintes atentos, obter informação e desenvolver uma sensibilidade e compaixão. Embora os enfermeiros ouçam sempre as histórias dos pacientes, o storytelling apenas foi reconhecido como uma técnica adequada de ensino e aprendizagem recentemente.

Breve descrição

Este projecto teve a duração de um ano e foi aplicado em 2011 sob um mini projecto financiado pela Higher Education Academy Health Sciences and Practice Subject Centre de King's College London.

A equipa de ensino das várias disciplinas incluiu o corpo docente (quem fornece conhecimento e experiência no cuidado de idosos), um tutor de escrita criativa e funcionários que forneceram apoio técnico e editorial no curso. A nova abordagem envolveu uma colaboração forte entre a universidade e os cenários de cuidados ao domicílio, incluindo residentes e respectivas famílias.

O objectivo do projecto foi compreender os processos, os desafios e as oportunidades associadas com o desenho e entrega de um novo módulo de apoio aos estudantes de enfermagem para que melhor compreendam as experiências dos idosos, através do storytelling. O módulo requereu um planeamento cuidado de forma a assegurar que continha todos os componentes essenciais para uma experiência de sucesso por parte dos alunos. Foram desenvolvidos métodos e abordagens de ensino de forma a maximizar as oportunidades para a aprendizagem dos alunos.

Adicionalmente, a equipa de trabalho ajudou os alunos a criarem um livro com a compilação das histórias dos residentes, recontadas pelos alunos de enfermagem. O produto final do módulo foi o livro da autoria dos alunos.

Elementos que qualificam este caso como uma “boa prática”

A avaliação desta nova abordagem para a aprendizagem de alunos de enfermagem sobre o envelhecimento e necessidades dos idosos sugere que foram disponibilizados diferentes processos para promover uma aprendizagem profunda e experiencial.

A escrita criativa fez com que os alunos pudessem ver o mundo sob o ponto de vista de outra pessoa e ganhar experiências vividas por outra pessoa. Esta manifestação através da escrita parece ter melhorado a empatia dos alunos com os idosos com que trabalharam e aumentado a confiança em trabalhar com idosos no futuro.

Um número de stakeholders chave contribuiu para o processo e produto final continuando a beneficiar através do livro, que foi partilhado com os residentes e familiares, sendo também usado como um recurso no centro de cuidados. O processo de recolha de histórias de pessoas idosas surgiu como uma terapia para os mesmos e benéfico para os que os cuidam.

Pontos-chave para uma prática eficaz

Existem planos para integrar o livro em oportunidades de aprendizagem de futuros alunos. Adicionalmente, a produção do livro permitiu que a compreensão ganha fosse partilhada com uma ampla audiência e assim passar a mensagem que os idosos têm histórias importantes e de valor para contar.

Referências adicionais

Spilsbury, K.; Brownlow, R.; Linklater, L.; Barr, I. (2011). Promoting the life stories of older people in nursing care homes: A collaborative writing project between student nurses and care home residents. The University of York. London: Health Sciences and Practice Subject Centre. Available at <http://www.health.heacademy.ac.uk/projects/doc/mp/summaries/kspilsburyabstract.html>

Histórias-D em... Gestão



Estudo de caso 1

Abordagem ao storytelling

Este exemplo está aliado ao storytelling digital através do uso de vídeo e outros recursos digitais.

Origem / Contexto

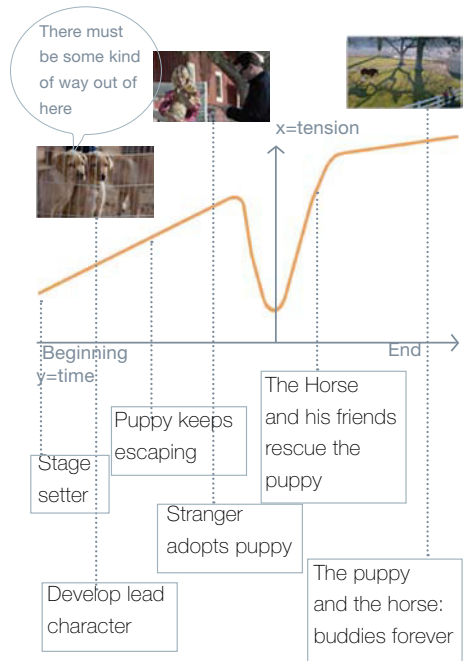
A Budweiser, uma das cervejas mais vendidas nos EUA e distribuída em 80 mercados no mundo teve sempre um papel importante no Marketing.

A Super Bowl, um evento anual nos EUA da liga nacional de futebol (Americano) é, desde 1967, o programa Americano mais visto do ano; por exemplo, em 2014 a Super Bowl tornou-se o programa americano de televisão mais visto da história com uma audiência média de 111.5 milhões de pessoas. Os minutos prévios, durante e após o início da transmissão da Super Bowl são momentos de disseminação cruciais para grandes marcas capazes de pagar por esses instantes publicitários.

Breve descrição

Não é a primeira vez que a Budweiser tem o privilégio de apresentar publicidade na Super Bowl, contudo o vídeo apresentado em 2014 conta já com 50 000 000 visitas no YouTube (<https://www.youtube.com/watch?v=uQB7QRyF4p4>). O anúncio conta a história de uma amizade especial entre um cavalo Clydesdale e um cachorro.

A Clydesdales está ligada à Budweiser desde 1933, sendo a história directamente relacionada com a história da Budweiser e, de acordo com Lou Hoffman (<http://www.ishmaelscorner.com/>), "Mesmo nos 60 segundos dedicados ao anúncio surge o arco da história".



Este gráfico apresentado por Lou Hoffman descreve claramente a linha temporal da história em que se baseia a publicidade da Budweiser. Esta é uma história sobre um cachorro, um cavalo Clydesdale e conta com a intervenção de humanos que cuidam destes animais. Existe uma ligação muito forte entre o cachorro e o cavalo e quando o cachorro é levado para adopção, o cavalo corre para salvar o cachorro. No final, o cachorro e o cavalo ficam amigos e ligados, podendo-se dizer, para sempre.

Elementos que qualificam este caso como uma “boa prática”

Mesmo sem referir o produto principal da empresa, a Budweiser ganhou a atenção e reconhecimento da audiência através de uma história sobre a amizade. Após ver esta história de 60 segundos, a audiência tem reacções emotivas positivas e iniciam as suas próprias deduções que irão justificar a sua compra. No limite, vão ligar a Clydesdales com a empresa e pensar sobre a ligação verdadeira que está por trás.

Pontos-chave para uma prática eficaz

De acordo com os princípios que sustentam esta publicidade, as empresas podem aplicar uma história real ou fictícia a publicidades de forma a serem diferentes da concorrência. Neste caso, todas as publicidades populares na Super Bowl foram as que fizeram a audiência rir.

A história apela a emoções mantendo a publicidade na memória e destaca a marca Budweiser das outras marcas de cerveja no momento da compra.

Da mesma forma, a audiência alvo foi alargada - geralmente as publicidades de cerveja apenas focam os homens e amantes de cerveja. Neste caso, uma história ganhou a atenção de novos clientes.

Estudo de caso 2

Abordagem ao storytelling

Este caso abraça as vantagens do storytelling e do storytelling digital para responder a questões de comunicação e marca numa grande empresa.

Origem / Contexto

Desde a década de 60, um banco regional tornou-se uma grande empresa, uma das 10 melhores nos EUA e com presença directa na China.

Já em ambos os países, o banco tornou-se um conselheiro perfeito de confiança para empresas e investidores com negócios nos EUA e na China. A nível interno, a estrutura tornou-se maior e a gestão difícil de controlar em países e culturas tão distintas. Assim, surgiram algumas questões de comunicação dado que os recursos humanos, e mesmo os clientes, não estavam tão conscientes da origem e crescimento do banco nos últimos anos, bem como de qual o seu impacto em ambos os países.

Independentemente dos resultados positivos ano após ano, a marca ainda reflectia uma comunidade regional de origem em vez do actual foco estratégico.

Breve descrição

Uma equipa desenvolveu um plano que incluiu diferentes actividades com o mesmo objectivo final: apresentar a empresa aos clientes como um todo e qual o seu foco estratégico, a nível interno e externo, melhorando a comunicação e o negócio.

Assim, iniciaram os trabalhos com uma sessão que envolveu 30 gestores de topo de ambos os países; eles tiveram de repensar como contar a história EUA-China considerando o envolvimento de todos os departamentos. Levou muito tempo até terem todas as personagens, cenários e enredos.

Depois, esta equipa apresentou a nova história à administração e foram aconselhados a torná-la visível em toda a organização; neste momento, passaram para um nível diferente – o nível multimédia. A equipa começou a trabalhar no storyboard e produziu um evento multimédia para introduzir a nova marca e estratégia aos recursos humanos do banco. Numa primeira fase, o vídeo chegou a todos os empregados através da Internet ou de televisões em cada escritório.

Em seguida, e após um impacto positivo, foi construído um pequeno filme e apresentado como publicidade nos meios de comunicação social.

Elementos que qualificam este caso como uma “boa prática”

Começou por responder a questões internas e rapidamente passou a um nível externo, ganhando novos clientes, atraindo os clientes actuais e aumentando os lucros com uma estratégia agora conhecida.

A nível interno, os recursos humanos foram envolvidos e requisitados para dar o seu feedback - que foi sempre positivo. A comunicação começou a seguir o seu rumo entre os dois continentes aumentando a confiança das empresas e dos investidores no banco.

Pontos-chave para uma prática eficaz

Em qualquer caso, devem ser envolvidos todos os empregados. Tendo a aprovação da administração e sendo desenvolvido por líderes internos da organização, é meio caminho para seguir com o projecto. Depois, tendo tarefas planeadas passo a passo, os empregados ficam envolvidos e abertos a uma nova marca e história.

Todos os produtos finais foram traduzidos para inglês e chinês de forma a assegurar uma melhor compreensão nos respectivos mercados.

Páginas de Internet Dedicadas ao Storytelling Digital

<http://storycenter.org/>

"Promover o valor de histórias como um meio acção em comunidade compassiva."

www.digitales.us

"... disponibiliza ideias, recursos e inspiração para famílias, indivíduos, escolas, organizações, corporações, igrejas e todos aqueles prontos a descobrir o poder e magia de junção da arte de storytelling com o uso entusiasmante de ferramentas digitais"

<http://digitalstorytelling.coe.uh.edu/>

"... serve como um recurso útil para educadores e alunos interessados em como o storytelling digital pode ser integrado em diferentes actividades educativas."

www.opencolleges.edu.au

"... distribuição de oportunidades de aprendizagem altamente flexíveis, acessíveis e disponíveis."

<http://www.digitalstoryteller.org/>

"...uma iniciativa de acesso primário."

<http://creativeeducator.tech4learning.com/digital-storytelling>

"... ideias e estratégias efectivas para alcançar a criatividade e atrair os alunos nos conteúdos."

<http://digitalstorytelling.ci.qut.edu.au/index.php/about>

"...para o ensino e aprendizagem com storytelling digital."

<https://pilot.cndls.georgetown.edu/digitalstories/>

"... partilha os resultados com um campus de estudo multidisciplinar de aprendizagem e storytelling digital em aulas de humanidades."

<http://stories.umbc.edu/>

Histórias digitais na Universidade de Maryland.

<http://electronicportfolios.org/digistory/index.html>

Um portfolio electrónico de histórias digitais.

<http://www.jasonohler.com/storytelling/index.cfm>

"Arte, Storytelling, Tecnologia e educação. Recursos para educadores, pais, inovadores."

<http://icids.org/>

Disponibiliza informação sobre as conferências ICIDS.

Recursos Bibliográficos e Digitais

Andrews, D. H.; Hull, T. D.; Donahue, J. A. (2009). Storytelling as an Instructional method: Definitions and Research Questions. *Interdisciplinary Journal of Problem-based Learning*, 3(2). Retrieved from: <http://docs.lib.purdue.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1063&context=ijpbl>

Calvino, I. (1993). *Six memos for the next millennium*. United Kingdom, Vintage.

De Beaugrande, R. (1982). The story of grammars and the grammar of stories. *Journal of Pragmatics* 6, 383-422.

Eck, J. (2006). An analysis of the effectiveness of storytelling with adult learners in supervisory management. Research paper submitted in partial fulfillment of the requirements for the Master of Science Degree Career and Technical Education. University of Wisconsin-Stout.

Engle, A. (n.d.). Digital storytelling – everyone as a story to tell. *Innovative Teaching Concepts*. Retrieved from http://techtuit.pbworks.com/f/Digital_Storytelling_Workshop_Manual.pdf

Greenberg, A. and Zanetis, J. (2012). *The Impact of Broadcast and Streaming Video in*

Education. What the Research Says and How Educators and Decision Makers Can Begin to Prepare for the Future. Report commissioned by Cisco Systems Inc. to Wainhouse Research, LLC

Haber, R. N. (1970). How we remember what we see. *Scientific American*, 222, 104-112.

Hofstadter, D. (2001). *Analogy as the Core of Cognition*, in *The Analogical Mind: Perspectives from Cognitive Science*. USA, MIT Press.

Hunter, L. (2008). *Exploring the benefits of storytelling in nursing education*. Dissertation presented to The Faculty of the Graduate College of The University of Vermont.

Keegan, S. (2007). Importance of Visual Images in Lecturers: Case Study on Tourism Management Students. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Education*, 6(1), 58-65

Lakoff, G. & Johnson, M. (1980). *Metaphors we live by*. USA, University of Chicago Press.

Neal, L. (2001). *Storytelling at a distance*. elearn magazine. Retrieved from <http://elearnmag.acm.org/archive.cfm?aid=566979>

Omellas, A., Marín, A., Garreta, M. & Santanach, F. (2011). When video becomes social. *eLearning Papers*, No 23.

Paivio, A. (1975). Imagery and long-term memory. In *Studies*. In A. Kennedy and A. Wilkes (eds.) *Long Term Memory*. London: John Wiley and Sons

Paivio, A. (1986). *Mental Representations: A Dual Coding Approach*. Oxford: Oxford University Press

Smeda, N., Dakich, E., & Sharda, N. (2010). Developing a framework for advancing e-learning through digital storytelling, in *IADIS International Conference e-learning 2010*, Ed. Miguel Baptista Nunes and Maggie McPherson. *IADIS International Conference, e-Learning 2010* (pp 169-176), Freiburg, Germany, 26 - 29 July 2010.

Schnotz, W. (2002). Towards an integrated view of learning from text and visual displays. *Educational Psychology Review*, 14(1), 101-120

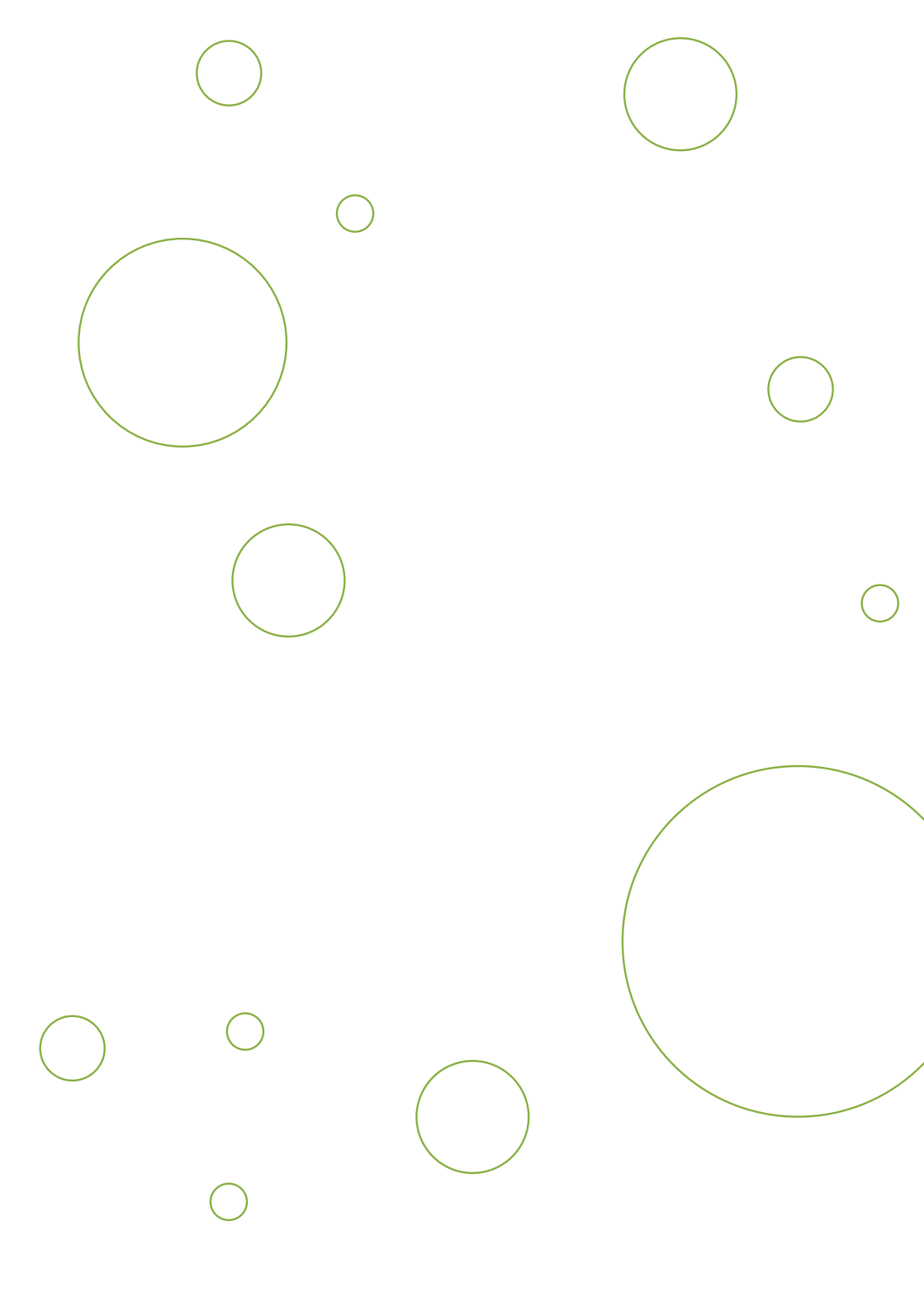
Squire, C. (1994). *Celtic Myths and Legends*. United Kingdom, Gramercy.

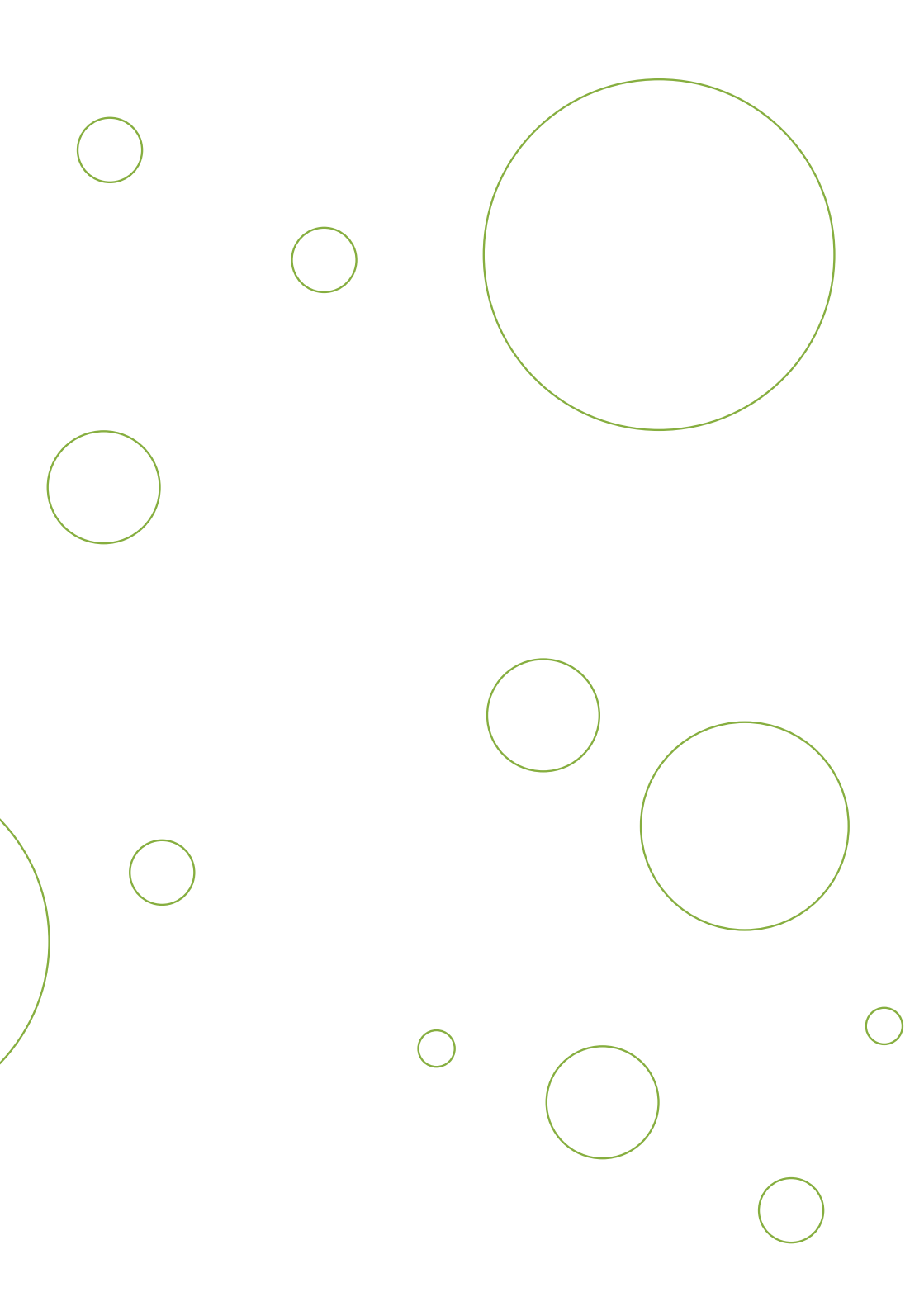
Standing, L. (1973). Learning 10,000 pictures. *Quarterly Journal of Experimental Psychology*, 25(2), 207-222.

Xu, Y., Park, H., & Baek, Y. (2011). A New Approach Toward Digital Storytelling: An Activity Focused on Writing Self efficacy in a Virtual Learning Environment. *Educational Technology & Society*, 14 (4), 181–191.

Nota: Os recursos digitais adicionais usados para o desenvolvimento deste manual estão listados ao longo de cada tema.









T-STORY

Storytelling Applied to Training