



Como contar a história da sua ONG/causa

MOL
INSTITUTO

2023

Nossa origem



A **Editora MOL** é referência em algo que ela inventou: produtos socioeditoriais. São revistas, livros, calendários, baralhos e outros produtos cuja venda gera doações para organizações da sociedade civil. Desde 2008 foram mais de **R\$60 milhões doados** para quase **200 ONGs e projetos sociais**.



O **Instituto MOL** é uma organização da sociedade civil criada pelos fundadores da Editora MOL para incentivar cidadãos e empresas a doarem mais, doarem melhor e doarem com propósito. Usamos a comunicação para mostrar a importância do terceiro setor na construção da sociedade na qual queremos viver.

Storytelling para ONGs/Causas



Quando uma **boa história** é **compartilhada**, pesquisas apontam que nosso cérebro tem **impacto** ao se conectar à essa narrativa.

#1

Histórias são lembradas **22x mais** que apenas dados, fatos e estatísticas.

#2

Nossa atividade neural **aumenta 5x** ao ouvir uma história.

#3

Contar histórias envolve nosso córtex sensorial no cérebro, **permitindo que o ouvinte sinta, ouça, saboreie e até cheire a história.**

Storytelling para ONGs/Causas



Contar histórias pode trazer **diversos benefícios** para uma organização.

#1

Torna sua organização inesquecível!
Histórias são comprovadamente **mais lembradas** que dados e números.

#3

Elimina preconceitos ao comunicar várias perspectivas e vozes.

#2

Cria **relacionamentos** mais fortes, constrói **laços** e aumenta a **lealdade**.

#4

Incentiva que o público **realize uma ação**.

O que é importante ao contar histórias que geram impacto



- Seja claro e sucinto
- Evite apenas dados e números
- Tenha começo, meio e fim
- Conheça sua audiência
- Observe histórias no dia a dia
- Seja genuíno e autêntico
- Evite termos muito técnicos
- Equilibre os desafios e a positividade
- Chame sempre o ouvinte para a ação
- Esteja presente no contexto digital
- Use recursos visuais
- Planeje os passos de sua ONG/causa
- Permita que sua audiência se emocione
- Comunique o impacto de suas ações



STORYTELLING DO IMPACTO SOCIAL

1. Sua história precisa de um personagem principal

- Sua história tem um personagem que atraia e gere identificação com o público?
Estudos mostram que essa abordagem tem maior probabilidade de inspirar apoio. Tente focar sua história em alguém que sua organização já ajudou e evite fazer de sua organização o herói da história.

2. Atraia a atenção do seu público o mais rápido possível

- Sua história foi pensada de uma maneira que prenda a atenção do público o mais rápido possível?
Faça sua audiência perceber o que está em jogo naquele momento e porque essa causa é tão importante.

3. Conte uma história de transformação

- A sua história está realmente narrando um fato transformador? As histórias mais memoráveis e inesquecíveis apresentam a história de um personagem, sua jornada, a transformação vivenciada ou novos aprendizados e descobertas.

4. Mostre, não apenas fale

- A sua história tem o cuidado de mostrar - mais do que apenas falar - para o público sobre as transformações vividas por esse personagem? Tenha riqueza de detalhes, evite clichês e deixe que seu personagem tenha sua própria voz na história.

5. Comunique as emoções de seu personagem






- Sua história comunica de maneira clara as emoções que estão envolvidas na história de transformação do seu personagem? Lembre-se que as emoções levam as pessoas a doar e contribuir.

6. Tenha um call to action bem definido

- Sua história possui um caminho claro para o próximo passo? Seja doar, compartilhar nas redes sociais ou acessar o site da organização.



**Vamos
juntos contar
essa história?**

-  www.institutomol.org.br
-  contato@institutomol.org.br
-  [@institutomol](https://www.instagram.com/institutomol)
-  [institutomol](https://www.youtube.com/instituto%20mol)
-  [aqui se faz, aqui se doa](#)