

Template: Storytelling pentru ONG-uri

Acest template de storytelling te va ajuta să construiești povești clare și autentice despre proiectele și inițiativele organizației tale. Structura sa se bazează pe bunele practici și metode din [Ghidul internațional *Storytelling Handbook for NGOs*](#).

Cum îl poți folosi:

- **Pentru redactare:** completează câmpurile de mai jos pas cu pas, urmărind firul narativ – de la cine este personajul central, la cum s-a transformat viața lui și ce apel la acțiune transmiți publicului.
- **Pentru planificare:** utilizează-l ca plan de referință pentru prezentări, campanii de comunicare sau materiale de fundraising.
- **Pentru echipă:** lucrează împreună cu colegii sau voluntarii, colectați idei și completați povestea ca exercițiu colaborativ.

***Reține:** o poveste bună este simplă, personală și plină de emoție. Nu e nevoie de cuvinte complicate, ci de sinceritate și claritate.*

1. Personajul / Protagonistul

Cine este în centrul poveștii? Ce detalii personale sau trăsături îl pot apropia de public (vârstă, întâmplări de viață, aspirații)?

Alege un personaj real, nu o organizație pe post de erou.

2. Contextul și provocarea

Care era situația inițială? Ce obstacol trăia personajul? De ce era important să fie rezolvat?

- *Expune problema prin detalii concrete, scene și emoții, nu prin cifre reci.*
- *Leagă povestea de valori universale: siguranță, speranță, justiție, recunoaștere.*

3. Intervenția / Acțiunea

Ce a făcut organizația sau comunitatea? Care au fost pașii importanți întreprinși?

- *Prezintă acțiunile într-un fir narativ, nu ca o listă tehnică*
- *Folosește tehnici narrative precum: Hero's Journey (călătoria eroului), Mountain (succesiune de provocări) sau Sparklines (contrast între „ce este” și „ce ar putea fi”).*
- *Menționează și obstacolele întâlnite – asta face povestea autentică.*

4. Transformarea și impactul

Cum s-a schimbat viața personajului sau a comunității? Ce rezultate concrete au apărut?

- *Folosește citate directe ale personajului.*
- *Redă emoțiile trăite de personaj: frică, speranță, bucurie, încredere – acestea mobilizează acțiunea.*
- *Arată atât impactul practic (merge la școală, are un loc de muncă) cât și cel emoțional (se simte acceptat, are speranță).*
- *Folosește vizualuri: fotografii care reflectă emoțiile protagonistului.*

5. Lecții învățate și continuitate

- Ce învățăminte pot fi trase din acest proiect? Cum poate fi extins, replicat sau susținut în viitor?
- Încheie cu un mesaj clar: „Ce am învățat din această experiență este că...”
- Evidențiază cum povestea poate fi un model pentru alții (replicabilă, adaptabilă etc.).
- Spune povestea pe mai multe canale (video, social media, blog).

6. Apel la acțiune (Call to Action)

Ce vrei ca publicul să facă după ce citește povestea? (să donează, să se implice, să distribuie, să sprijine)

- Leagă apelul la acțiune de emoția finală a poveștii (ex.: „Ajut-o pe Maria să își continue studiile.”).
- Spune clar ce îți dorești de la cititor: *donează, înscrie-te, distribuie, participă.*

Harta poveștii tale

Personajul principal / Eroul • Cine este în centrul poveștii?	Contextul / Spațiul / Tonul + Alte personaje • Unde are loc povestea? • Care este atmosfera? • Cine joacă rolurile secundare?
Problema / Provocarea • Care este obstacolul sau situația dificilă cu care se confruntă eroul? • De ce este important să fie rezolvat?	Soluția / Rezoluția • Cum a fost depășită provocarea? • Ce rol a avut organizația? • Cum a contribuit comunitatea?

Structura poveștii

Începutul	Mijlocul	Sfârșitul
• Prezintă contextul și personajele. • Introdu conflictul central/problema. • Explică de ce această problemă contează pentru comunitate.	• Povestea se intensifică: apar provocări și obstacole. • Descrie momentele dificile prin care a trecut eroul. • Construiește suspansul, până la cel mai tensionat moment (criza majoră).	• Conflictul este rezolvat. • Soluția este aplicată și rezultatele se văd. • Eroul (și comunitatea) sărbătoresc schimbarea. • Evidențiază impactul și transmite un mesaj inspirațional.