



EDUCACIÓN CON
RESPONSABILIDAD
SOCIAL

UNIVERSIDAD DE COLIMA



Facultad de Telemática
Ingeniería en Tecnologías de Internet

MediaLab

StoryTelling

Jose Alejandro Tenorio Cebrera

Colima, Colima

28 de Agosto del 2023

El storytelling, también conocido como narrativa o cuentacuentos, es el arte de comunicar una historia de manera efectiva y cautivadora para transmitir un mensaje, idea o emoción a una audiencia. Esta técnica implica la creación y presentación de una narración coherente y envolvente utilizando elementos como personajes, trama, escenario y conflicto. Se utiliza en una amplia variedad de contextos, que incluyen marketing, publicidad, cine, literatura, negocios, educación y más. Se busca generar una conexión emocional con el público, hacer que la información sea más memorable, persuasiva y accesible, y captar la atención de manera más efectiva que simplemente presentando datos o hechos de manera aislada.

El storytelling funciona en **dos planos**:

Racional, que apunta a los procesos lógicos de las personas.

Instintivo, que abarca lo emocional del ser humano.

Tipos de storytelling

1. Ficción

Es una narrativa completamente ficticia que cuenta la historia o el suceso de personajes que no son reales, pero buscan representar un mensaje con el que alguien pueda sentirse identificado.

2. Histórico

El storytelling histórico es un relato que se usa para recorrer los momentos clave de un suceso. Busca inspirar con base en el crecimiento, las enseñanzas y lecciones aprendidas durante todo el trayecto o ciclo de vida de una empresa o producto.

3. De valor

Similar al histórico, la diferencia es que busca enmarcar más el valor de lo cotidiano o las rutinas. Suele seguir o narrar el día a día de una empresa y el impacto que tiene en sus empleados o en la sociedad.

4. Consumo

Pone el producto o servicio como protagonista en una historia, pero el desafío es lograr que, aun presentando un objeto de consumo ante los espectadores, este pueda transmitir alguna emoción de valor.

5. Personal

Este tipo de storytelling cuenta la vida y las experiencias de personas extraordinarias, haciendo que sean más cercanas.

Cómo se implementa el storytelling en:

Marketing

Publicidad: Crear anuncios que cuenten historias emocionales relacionadas con los productos o servicios de una marca para atraer la atención y establecer una conexión emocional con los consumidores.

Narrativa de marca: Desarrollar una narrativa coherente y atractiva sobre la historia de la marca, sus valores y su misión para generar lealtad y afinidad entre los consumidores.

Campañas en redes sociales: Utilizar historias cortas y atractivas para involucrar a la audiencia en plataformas como Instagram, Facebook y Twitter.

Educación:

Aprendizaje activo: Enseñar conceptos y lecciones mediante historias que involucren a los estudiantes y los ayuden a comprender y recordar mejor la información.

Casos de estudio: Presentar casos de estudio reales y relevantes que involucren desafíos y soluciones, lo que facilita la comprensión y retención de los conceptos.

Comunicación corporativa:

Comunicados de prensa: Convertir hechos y datos en historias convincentes para involucrar a los medios de comunicación y al público en general.

Presentaciones ejecutivas: Utilizar historias para presentar informes, logros y objetivos de manera más atractiva y memorable durante reuniones y presentaciones.

Recursos humanos:

Entrevistas y selección: Utilizar historias para evaluar cómo los candidatos han manejado desafíos y situaciones en el pasado, lo que proporciona una visión más profunda de sus habilidades y personalidad.

Capacitación: Incorporar historias en programas de capacitación para ilustrar conceptos y ejemplos prácticos, lo que facilita la asimilación de la información por parte de los empleados.

Desarrollo personal y motivación:

Charlas y conferencias: Los oradores pueden utilizar historias personales para inspirar y motivar a la audiencia, conectando a nivel emocional y transmitiendo mensajes poderosos.

Coaching y mentoring: Contar historias relevantes para ilustrar consejos y estrategias de desarrollo personal, haciendo que los conceptos sean más accesibles y aplicables.

Cambio social y conciencia:

Campañas de concientización: Utilizar historias reales para resaltar problemas sociales y promover el cambio, apelando a la empatía y la comprensión.

Documentales y medios visuales: Crear contenido audiovisual que cuente historias impactantes sobre cuestiones sociales, políticas o ambientales para generar conciencia y fomentar el cambio.

Negocios y emprendimiento:

Elevator pitch: Presentar una idea de negocio utilizando una narrativa convincente para captar la atención de inversores y socios potenciales.

Historias de éxito: Compartir historias de emprendedores y empresarios que han superado desafíos y alcanzado el éxito, sirviendo como fuente de inspiración y consejos prácticos.

Entretenimiento y Medios:

Cine y Televisión: Las películas y programas de televisión exitosos a menudo se basan en historias convincentes que involucran a los espectadores emocionalmente.

Literatura: La literatura está fundamentada en la narración de historias, explorando temas, emociones y situaciones a través de personajes y tramas.

Desarrollo Personal:

Motivación Personal: Contar historias de individuos que superaron desafíos similares puede inspirar y motivar a las personas a superar obstáculos en sus propias vidas.

Autodescubrimiento: Las historias personales pueden ayudar a las personas a reflexionar sobre sus propias experiencias y descubrir nuevas perspectivas.