

Preparem l'acció de sensibilització

Seguro que has oído hablar del **Storytelling**, es una técnica de narración que se emplea mucho en el Tercer Sector para que las ONGs puedan llegar de una forma efectiva a la sociedad con el objetivo de explicar mejor las problemáticas que abordan pero, ¿En qué consiste exactamente el Storytelling?

El Storytelling es una técnica de comunicación narrativa que sirve para contar una historia de una manera distinta con el objetivo de compartir contenidos de la organización (la misión, la visión, los programas, líneas de acción, proyectos, etc.) para lograr conectar emocionalmente con sus públicos. De esta manera, se puede convertir una información monótona y aburrida en una historia capaz de emocionar para que sea recordada. Mira este ejemplo tan sencillo:

No es lo mismo decir: “Una vacuna contra la malaria cuesta un euro”.

Que decir: “Con un euro puedes salvar la vida de una persona vacunándola contra la malaria”.

O decir: «Hoy Yamira sueña con estudiar medicina tras comenzar su tratamiento contra la malaria gracias al euro a la semana que donaste»

El Storytelling se compone de la parte: “Story”, que es la historia contada, la materia prima sobre la cual la organización está basada (Misión, Visión y Valores); y de la parte “Telling”, que es la forma, las técnicas y el soporte en el que transcurre la historia. En este punto te estarás preguntando ¿De dónde se puede sacar una buena historia para contar? Detente a pensar durante unos segundos... ¡Tu ONG está llena de historias!

Como en cualquier novela, la estructura del storytelling tiene un Inicio + Conflicto o nudo + Desenlace. Suele comenzar a través de una pregunta disparadora que se irá resolviendo a través de una experiencia emocional para encontrar la respuesta a esta pregunta, dejando una lección o un recuerdo impregnado en la memoria. Empieza a estructurar la historia que quieras escribir a partir de este esquema:

1) ¿Qué Objetivos quiere conseguir contando esta historia? Tras contar la historia deberían pasar una serie de cosas, enuméralas según tus expectativas.

Preparem l'acció de sensibilització

- 2) ¿Cómo va a ser la Narración? Qué tipo de historia vas a contar, qué personas y con qué tipo de roles aparecerán, etc.
- 3) ¿Qué tipo de Emociones quieres despertar en tu audiencia? Puedes ser de carácter positivo o negativo, asegúrate que la llamada a la acción se encuentre alineada con estas emociones.
- 4) ¿Cuál será el Soporte que utilices? Vas a utilizar video, fotografías, una conferencia, etc.
- 5) Moraleja. Asegúrate que, al menos, 1 idea quede bien clara al final de tu historia. Mientras más fácil y fluido sea tu mensaje más probabilidad tendrás de que sea recordado.

Cuando una ONG comunica mediante historias, consigue acercarse más a su público porque muestra una imagen más humana de la organización. Al tocar la parte emotiva, desactiva la parte crítica y racional de los receptores del mensaje, apelar a las emociones en las organizaciones no lucrativas es la forma más efectiva de comunicación, ya que intenta conseguir una “donación en caliente”, es la aportación económica para apoyar a una ONG desde lo emocional. Desactivan la parte crítica porque las historias se procesan de forma diferente que los datos, sin tener que utilizar la parte racional y analítica para entenderlos, pues estimulan la imaginación y buscan las emociones. El storytelling consigue materializar los valores de tu organización en una historia que será recordada.

“[Las no-historias] pueden proporcionar información, pero las historias poseen un poder único para mover los corazones, mentes, pies y monederos de la gente en la dirección pretendida por el narrador”.

(Peter Guber, CEO especialista en Storytelling)

Recapitulando, con el Storytelling le sirve a una ONG para conseguir una comunicación más efectiva, para conectar con el público, para sensibilizar a la sociedad.