

 **FICHA 6. CONTAR UNA HISTORIA. STORYTELLING.**

|  |  |
| --- | --- |
| **Complejidad** | **Media** |
| **Tiempo requerido** | **60 minutos**  |
| **Material Requerido** | **Bolígrafo****Papel** |
| **Competencias que se desarrollan a través de su aplicación** | **Competencia conductual. Comunicación** |
| **Otros Procesos de la Innovación en donde puede ser utilizado** | **Prototipado****Escalado** |

**ACERCA DE LA HERRAMIENTA**

Storytelling es la capacidad de contar historias de una manera relevante, donde los recursos audiovisuales se usan junto con las palabras. Es decir, una historia que pueda captar la atención del interlocutor, donde sea que esté, y que, preferiblemente, le signifique, que permanezca en su memoria.

Es un método que promueve su negocio sin la necesidad de realizar una venta directa; en otras palabras, contar historias tiene un carácter mucho más persuasivo que invasivo. Este método es ampliamente utilizado en Marketing y Publicidad. La herramienta destaca por la capacidad de estrechar la relación entre una marca y su consumidor final. Es un gran aliado para compartir ideas, conocimiento y otros intereses a través de una narrativa.

Se puede hacer en parejas, en grupos o solo, pero hasta tres personas es lo ideal. en caso de hacerlo en grupo, cada uno debe contribuir con lo cada quien sepa hacer mejor. La construcción del diálogo y otra planificación debe ser lo primero y el diseño oficial es lo último, después de algunos borradores. El mediador propone temas generales y materiales visuales (imagen, video, póster, etc.) para inspirar al grupo.

**OBJETIVO**

El objetivo de esta herramienta es mejorar tanto la promoción de la autoría como la creatividad. El objetivo principal es dar sentido a los momentos importantes de la historia o de la vida de alguien.

**PASOS**

1. Encontrar el mensaje a transmitir:

Es hora de establecer el mensaje principal para su presentación. Para hacer esto, hágase la siguiente pregunta: "Si mi audiencia necesitara recordar una sola cosa, ¿Cuál sería?" Encontrará la respuesta al reflexionar profundamente sobre sus objetivos y, por supuesto, sobre el interés del público en ello.

1. Convierte tu mensaje en un lema (slogan):

Utilice una frase concisa, fuerte y significativa que resuma todo el contenido del mensaje que se busca dar.

1. Establezca el principio, el desarrollo y la conclusión:

Su mensaje solo se transmitirá de manera eficiente si se desarrolla detenidamente, de manera consistente. Use otros mensajes para llevarlo a dónde se quiera, puede utilizar ejemplos y metáforas. Busque un final rotundo, una conclusión poderosa, que ayude a mantener el mensaje en la memoria de quien asista a la presentación.

**CONSEJOS**

Algunos consejos se enumeran a continuación para apoyar una producción de *storytelling* o narración de cuentos:

* Una buena narración se crea a partir de cinco elementos básicos: simplicidad, emotividad, veracidad, realidad y validez.
* Es un error creer que la creatividad es una habilidad inherente a algunas personas las cuales la tienen en abundancia mientras que otras la tienen en menor proporción.
* Seleccione algunos temas generales para sugerir ideas a los diseñadores.
* Escriba una o dos versiones antes de encontrar el primer borrador de la historia.
* El tener una retroalimentación sobre el documento escrito y los diseños o bocetos es una forma de que el grupo exprese su pensamiento; busque dicha retroalimentación y luego considere cómo podrían incorporar algo de la misma en su trabajo.
* Considere formas de involucrar a todos los participantes, usando preguntas como: "¿Hay alguna otra forma de ver esto?", "¿Quién más tiene una idea?", "Déjame ver si te entiendo (parafrasear un comentario)".
* Es importante asegurarse de que los participantes se sientan cómodos para expresar sus ideas.
* Seleccione un espacio familiar, cómodo y silencioso, donde nadie interrumpa el proceso.
* Los documentales de audio son fáciles de hacer con servicios como [Soundcloud](https://soundcloud.com/stream). Podría ser útil comenzar con audio y pasar al video.
* Las ideas son la parte más importante, así que dedique tiempo a desarrollar temas exclusivos y acotados.
* La escritura es la habilidad central de cualquier proyecto multimedia, incluya las preguntas de la entrevista, la estructura de la historia y las voces en off.
* Mantenga los proyectos cortos y al grano, o corre el riesgo de sentirse abrumado con información y secuencias de video.
* Acepte sus errores. Aprenda de cada uno para mejorar el próximo proyecto. Intentar estos proyectos ya ha hecho del mundo un lugar mejor.
* Involucrar a los participantes en compartir el trabajo final con audiencias auténticas
* Aquí tenemos un excelente ejemplo de sitio web para producir narración de historias a través de mapas: "Esri Story Map", en su página de aplicaciones (https://storymaps.arcgis.com/en/app-list/).
* El mediador debe tener habilidades de comunicación, escuchar y ser empático con los participantes.
* El mediador no debe juzgar o comentar ideas en ese momento, ¡esto inhibe la participación! Debe incentivar ideas creativas y construir sobre las ideas de otros al comienzo si es necesario, asegurándose de prestar atención a una conversación a la vez.

**ESQUEMA VISUAL**



Fuente: Blog Demystifying people analytics – the power of storytelling

**DESCARGAR PLANTILLA**

**REFERENCIAS**

Blog Demystifying people analytics – the power of storytelling, [https://blog.hrn.io/demystifying-people-analytics-part-3-the-power-of-storytelling/](https://blog.hrn.io/demystifying-people-analytics-part-3-the-power-of-storytelling/%22%20%5Ct%20%22_blank)

ENDEAVOR BRASIL (Brasil). Storytelling: separando as marcas que vêm a passeio daquelas que vêm pra ficar. Disponível em: <https://endeavor.org.br/storytelling/>. Last access in January 2018.

HERNANDEZ, Michael. Empowering Students Through Multimedia Storytelling, 2015, available at<https://www.edutopia.org/blog/empowering-students-through-multimedia-storytelling-michael-hernandez>. Last access in January 2018.

JARVIS, Paul. The 5 Common Elements of Good Storytelling. Disponível em: <https://www.inc.com/paul-jarvis/the-5-common-elements-of-good-storytelling.html>. Acess in: 08 jan. 2018.

LÓPEZ, A. Greening Media Education: Bridging Media Literacy with Green Cultural Citizenship. Vol.13. New York: Peter Lang, 2014.

REZ, Rafael. Marketing de Conteúdo: A Moeda do Século XXI. São Paulo: Dvs Editora, 2017. 400 p.

RUBENSTEIN, Grace. Ten Tips for Personalized Learning via Technology – 2010 –<https://www.edutopia.org/stw-differentiated-instruction-ten-key-lessons>. Last access in January 2018.