

# Caminando Juntas

---

movilidad y  
arte

***Módulo virtual***

***El storytelling desde  
una mirada de  
derechos, movilidad  
humana y prácticas  
artísticas***

César Herrera Rivadeneira

# ***Módulo 1: El derecho a la comunicación y el storytelling***

# Qué es el Storytelling y su importancia

- Las personas estamos preparados para procesar y almacenar la información en **forma de historias**. Cuando escuchamos «**había una vez**», nuestra mente se transporta inmediatamente al plano de la ficción y comienza a generar recompensas que nos hacen sentir emociones y nos permiten recordar más fácilmente.
- El storytelling es irresistible para el ser humano porque activa nuestra imaginación, nuestras emociones, reactiva los recuerdos y promueve la conexión en la comunicación.
- En síntesis, el storytelling es el arte de contar historias. El storytelling es una técnica para comunicar mensajes de forma memorable a través de distintos formatos, que tiene un impacto muy importante.

# ***Qué es el Storytelling y su importancia***

- Es un proceso con método, técnica y creación, es un proceso narrativo y estructurado que se utiliza para comunicar un mensaje a través de sucesos, tanto reales como ficticios, para llegar a una audiencia en específico.
- El storytelling apela al uso de emociones y valores para enmarcar el mensaje y crear mayor sintonía con las personas.
- Se podría describir como una narrativa atrapante de sucesos, con un mensaje final que deja un aprendizaje o concepto.

# ***Los derechos humanos y el storytrlling***

- La propuesta comunicacional que queremos desarrollar busca “ver”, “descubrir”, “reencontrar” a las mujeres y familias en movilidad, como ciudadanos y sujetos de derechos, con sus responsabilidades y su capacidad de participación activa.
- Se propone incorporar en el debate de los derechos humanos, el derecho a una migración segura, a la ciudadanía universal y el derecho a una vida libre de violencia para mujeres y niñas.
- Queremos ver a las audiencias como actores sociales capaces de actuar, de decidir, de resolver problemas, en especial relacionados a la movilidad humana. Generadores de la movilización social y con gran autoestima. (NO victimizar)

# ***Los derechos humanos y el storytrlling***

- En este sentido, el storytelling debe promover la construcción de la ciudadanía, de sus capacidades de actuar, a través de la posibilidad de que estos se expresen y opinen. Es decir, el reconocer la comunicación como un derecho ciudadano.
- El storytelling como derecho abre un nuevo escenario a los ciudadanos y ciudadanas, para que ejerzan su expresión, como elemento fundamental del ejercicio del derecho a la comunicación.
- Desde la mirada de los derechos, debemos promover un storytelling que abra las diversas expresiones de los protagonistas de las historias y de los temas propuestos

# ***La comunicación como un acto de derechos***

## EXPRESARSE ES SER

- La comunicación como derecho. Reconocer a la gente como sujetos de derechos, con sus capacidades y valores.

## LA COMUNICABILIDAD

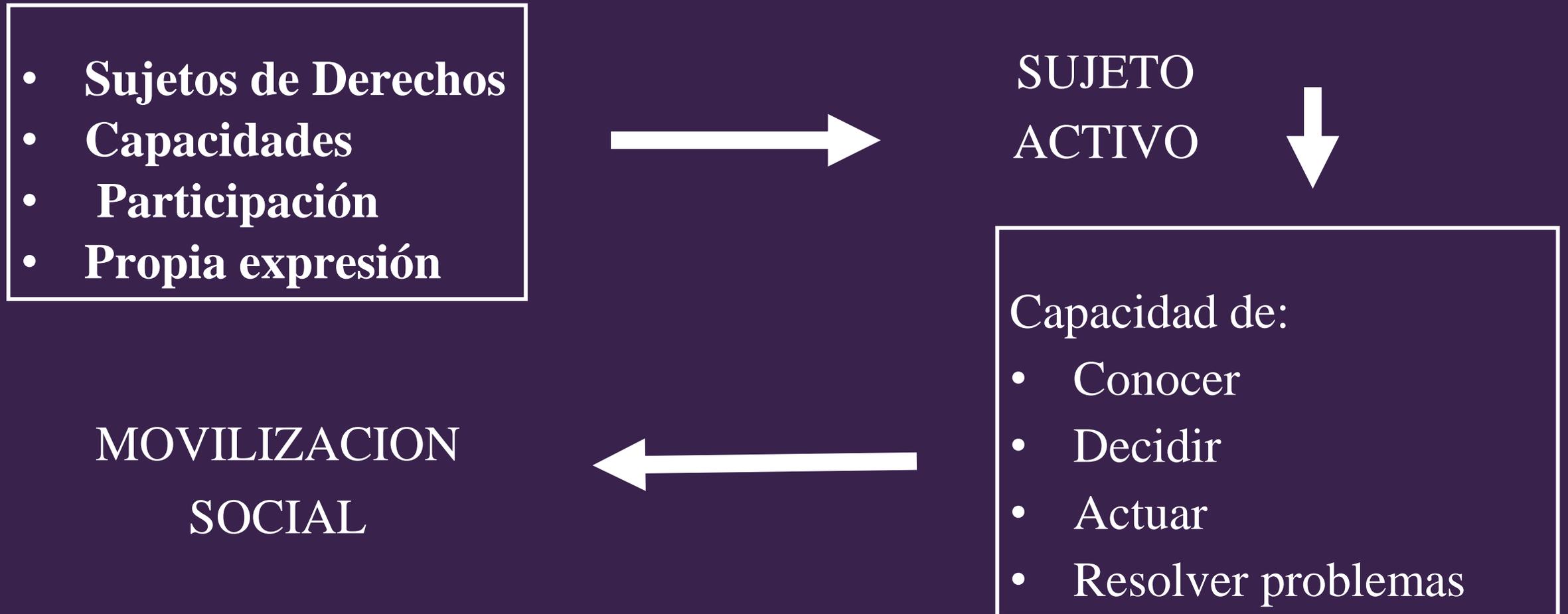
- La capacidad de llegar al OTRO. Y de abrir caminos para su EXPRESION
- El comunicador, agente cultural es un mediador, un facilitador de los diversos mensajes.

## PARTIR DEL OTRO

- Partir de lo que sabe, ignora, siente, cree, sueña el OTRO. Reconocerlo como sujeto CAPAZ.
- Cómo se relaciona con los demás (medios). Lúdico - Afectivo. La relación es más afectiva que racional.

# ROL DE LA COMUNICACION / Storytelling

## *MUJERES EN MOVILIDAD, FAMILIA, SOCIEDAD*



# PROTAGONISMO SOCIAL

## *NUEVOS PROTAGONISTAS SOCIALES*

- ⌘ Capacidad de actuar, de resolver problemas
- ⌘ Valoración de sus propias percepciones, necesidades y prioridades
- ⌘ Nuevo interés en trasladar el protagonismo desde las burocracias hacia los sujetos y grupos sociales

# PROTAGONISMO SOCIAL

*LA AUDIENCIA GENERA UN PROCESO DE:*

IDENTIFICACION

PROYECCION

RECONOCIMIENTO



PROCESO  
EDUCATIVO

Desde sus emociones y vida cotidiana

# Protagonismo social

- Proponemos un storytelling que promueva el nuevo protagonismo social, el factor humano aparece más relevante, más que difundir información y mensajes, es preciso focalizarse en incentivar el protagonismo de los actores sociales, los cuales, entre otras cosas, también actuarán para activamente buscar y discriminar la información útil a sus necesidades y cultura.

# Protagonismo social

- Pero, la posibilidad de contribución de la comunicación y el storytelling a tal potenciación ocurre cuando la acción primaria del protagonista se desplaza hacia la búsqueda de un “objeto” a alcanzar, sería una fuerza interna del sujeto para realizar tareas, acciones, es decir el construir una cultura activa en contra de una cultura estática, de pasividad fatalista, y resignación a la situación de adversidad existente.

# Protagonismo social

- Tenemos que hacer un storytelling desde las capacidades de los actores sociales, desde reconocerlos como sujetos de derechos, desde sus propias historias y narraciones, desde sus formas de enfrentar y entender el tema.  
Construir las historias desde su vida cotidiana.

**El Storytelling como  
derecho y desarrollo de  
capacidades.**



**EXPRESIÓN**

**CREACIÓN**

**EXPOSICIÓN**

# La comunicación como derecho y desarrollo de capacidades.



★ Sólo se ve bien con el corazón.  
Lo esencial -la dignidad-  
es invisible a los ojos.



