

Caminando Juntas

movilidad y
arte

Módulo virtual

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

César Herrera Rivadeneira

Módulo 2: Poder de las historias, audiencias y tipos de Storytelling

FORMA Y EMOCIONES: claves del Storytelling.

- Las audiencias se relacionan más de forma afectiva que de modo analítico o conceptual con las expresiones culturales y comunicacionales. Esto quiere decir, que si el mensaje no llega a nuestras emociones posiblemente no afecte nuestras conductas, o no nos movilice a profundizarlo o interpretarlo.
- Los procesos de identificación, de reconocimiento y de proyección que hace la audiencia frente a personajes, situaciones, ambientes cotidianos de un mensaje, de una expresión cultural, que le puede llevar a motivar cambios de conducta, los hace más de forma emocional que racional.
- El aprendizaje no es formal, es fundamentalmente emocional, por lo que aprendemos más de cosas para nuestra vida en personajes, que en conceptos. Desde este punto de vista la emoción se constituye en un instrumento del conocimiento y base del storytelling

FORMA Y EMOCIONES: claves del Storytelling.

- En este sentido, la audiencia espera de la comunicación-storytelling mensajes que contengan gran valor afectivo, que sus formas sean cotidianas y que contengan contenidos que sean útiles para su vida.
- Otro punto fundamental es que la comunicación-storytelling más que transmitir ideas, conceptos aislados, por lo general se estructura a través de historias, de ejes narrativos.
- El papel nuestro como comunicadores o gestores culturales debe competir en un mundo lleno de historias. La comunicación debe buscar volver la vida algo más lúdico, ya que debe ser un espacio del goce, carácter que no puede perder cuando se convierte en educativo.

FORMA Y EMOCIONES: claves del Storytelling.

- Las destrezas de un comunicador o gestor cultural para presentar el protagonismo de la gente corriente, exige pasar de una visión informativa – técnica de la comunicación, a formas narrativo – dramáticas con lenguaje lúdico. En efecto, es la adecuada construcción narrativa del mensaje lo que despierta en la audiencia interés, atención, sentimientos de admiración, y prestigio hacia los grupos sociales que luchan por superarse.

RESIGNIFICACIÓN EDUCATIVA

- ⌘ El aprendizaje no es formal, no es sólo conocimiento, es fundamentalmente EMOCIONAL.
- ⌘ Lo educativo no es enseñar hacer cosas, sino transferir capacidades, resiliencia.
- ⌘ La audiencia se relaciona más con vidas, experiencias, personas, que con conceptos, metodologías, etc.
- ⌘ En estas vidas la audiencia se identifica, se reconoce o se proyecta, posibilitando cambios de conducta.

EDUCATIVO

El poder de las historias para generar impacto social

- Podríamos decir que las historias existen desde el mismo momento que existió el lenguaje, satisfaciendo la necesidad humana de expresar sus experiencias desde un relato.
- Estas funcionaban como un aglutinante que reforzaban los lazos de la comunidad conectando el presente con el pasado y el futuro
- Las historias están en todos lados.... Donde veamos están las historias donde circulan nuestras miradas, nuestro miedos, sueños, ideas... valores... todas las facetas de nuestra vida

El poder de las historias para generar impacto social

- Las historias son poderosas. Bien escritas, pueden inspirarnos a movilizarnos y apoyar activamente una causa, aportar ideas y recursos, y generar un impacto social. La sociedad necesita conocer estas historias para enriquecer el debate público sobre los temas de movilidad social y acciones que necesita el país.
- Buenas historias conducen al público a lo largo de la obra
- Historias generan identificación
- “Historias contadas o leídas en el momento oportuno, jamás te abandonan.

El poder de las historias para generar impacto social

- Una buena historia despierta el interés y la identificación del lector.
- Una muy buena historia hace que el lector se imagine en el papel del personaje principal.
- Una historia espectacular hace que el lector recorra cada paso en la piel del protagonista, sufriendo con él y enfrentando todos los obstáculos que se presentan a lo largo del camino, movido por la esperanza de superar el conflicto y vibrando cuando eso ocurre.
- Historias despiertan emociones

El poder de las historias para generar impacto social

- Aparte de la identificación, las historias también accionan nuestro lado emocional, sea por despertar alguna memoria o por hacerlo ponerse en la piel del personaje.
- Siempre podemos construir historias
- Las historias tienen que ver lo que vivimos....
- Es importante ser honestos con nosotros mismos, para que nuestras historias sean auténticas

El poder de las historias para generar impacto social

- Muchas veces las historias, nos dejan visibles nuestras vulnerabilidades.... Para darle vida a una historia hay que dar algo de nosotros
- Hay que buscar historias desde adentro
- Podemos empezar con las palabras claves.... Había una vez.

5 TIPOS DE STORY TELLING

- **FICCIÓN.** El storytelling de 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.
- **HISTÓRICOS.** Es un relato que se usa para recorrer los momentos claves de un suceso o proceso. Aprender de todo el trayecto de un proceso.

5 TIPOS DE STORY TELLING

- DE VALOR. Es parecido al histórico, la diferencia lo que busca marcar el valor y la rutina... de un proceso... valores
- CONSUMO. Poner el producto o servicios como protagonistas en la historia que pueda transmitir una emoción de valor

5 TIPOS DE STORY TELLING

- PERSONAL. Las historias personales suelen ser una fuente de inspiración para las audiencias. Cuenta la vida de personas extraordinarias que sean más cercanas ESTE TIPO ES COMUN QUE AFIRMA LA MARCA PERSONAL

