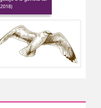
Universidad Tecmilenio.

Tema 4. *Storytelling*: presentaciones que dejan huella

Introducción

> Hubo una vez una gaviota, la cual descendió volando a uno de los suburbios de la capital. El marqués de la zona se alarmó en agrosagia y darle la bienvenida en el templo, preparando para ella la mejor musica y grandes sacrificios. Sin embargo, el ave estaba aturdida y triste, no produciendo la cerne o el vino. Tres días después murió. El marqués agarró a la gaviota tal y como a él le hubiese gustado serlo, no como al ave le hubiese gustado. (Castillero, 2018)

Esta historia corta cuenta algo muy importante: a menudo no tienes en cuenta que tus necesidades y gustos no tienen por qué ser los mismos que los de los demás (de hecho, pueden ser totalmente opuestos a los propios), siendo necesario que prestes atención a lo que el otro necesita con tal de poder ayudarle o agasajarle de verdad (Castillero, 2018).



¿Te hace sentido esta historia? ¿Qué harías ante una nueva oportunidad?

Con este tema aprenderás a contar tus propias historias para cautivar a tu audiencia.

Explicación

Las historias se recuerdan, los datos no tanto.

Es más sencillo recordar una serie de datos si estos forman parte de una historia que los sitúa en un contexto y que incluso despiertan nuestro lado emocional. Siempre que sea posible, presenta los datos como parte de una historia global, nunca como algo aislado. El uso de anécdotas o casos reales, de cortas imágenes y fotografías, siempre que estén conectado con los datos que aportes, aumentarán las posibilidades de que la audiencia recuerde tu mensaje (Rovira y Pascual, 2021).

Si algo abunda hoy en día es el dato ser humano, son los datos.

Áreas tan diversas como la educación, las finanzas, el periodismo, el marketing, la sanidad, la política pública, el deporte o la ayuda humanitaria, utilizan datos para comprender la realidad y tomar las mejores decisiones posibles.

Una buena visualización de los datos te ayudará a entender lo más importante y a tomar decisiones relevantes.

Apoyarse en la narrativa audiovisual para hilar una historia es, sin duda, garantía de éxito. Todas las personas viven historias que se cuentan a diario para convencer. El objetivo del *storytelling* es crear vínculos emocionales a través de esas historias, de forma clara, concisa y casi perfecta.

¿Por dónde empezar?

Figura 1. ¿Por dónde empezar?
Nussbaumer, C. (2021). *Storytelling con datos. Ejemplos PRÁCTICOS.* España: ANAYA MULTIMEDIA.

Pero ¿cómo hacerlo? Te lo contamos…

1. **Comprende el contexto:** planifica para que tu comunicación sea efectiva y concisa. Si desde el primer momento piensas en tu audiencia, en el mensaje y su contenido, estarás en una posición más ventajosa para elaborar los gráficos, presentaciones y demás materiales para presentar tus datos.
2. **Conoce a tu audiencia:** obtén información de quienes son, cómo son y cuál es el enfoque de los datos que les interesa.
3. **Restringe tu audiencia:** ¿Cuántas audiencias están interesadas en los mismos datos? ¿Qué diferencias establecerías en tu mensaje para cada una de ellas?
4. **Establece el mensaje principal:** ¿Es tu gran idea! ¿Cómo la expondrás?

Figura 2. Formato de planeación.
Fuente Nussbaumer, C. (2021). *Storytelling con datos. Ejemplos PRÁCTICOS.* España: ANAYA MULTIMEDIA.

5. **Perfecciona y replantea:** revisa tu plan una y otra vez hasta que quede listo el mensaje.
6. **Evalúa tu gran idea:** realiza pruebas con tus compañeros de trabajo, recibe retroalimentación y que perfeccionen la comunicación al transmitir tu idea.
7. **Elabora el guion gráfico *storyboard*** en el papel más importante, pues hay que generar los materiales visualmente atractivos sobre aquello que te gustaría incluir en tu mensaje, cómo deben organizarlos para que tengan sentido, qué información es fundamental y cuál puedes descartar.
8. **Elige una visualización efectiva:** existen diversas herramientas que te pueden apoyar para hacer tu presentación visualmente más atractiva. A continuación, se presentan algunos ejemplos:

Elegir un elemento visual efectivo

Gráficos

Figura 3. Elementos visuales.
Fuente: Nussbaumer, C. (2021). Storytelling con datos. Ejemplos PRÁCTICOS. España: ANAYA MULTIMEDIA.

Sin importar su duración, una historia bien contada, al mismo tiempo que crea una experiencia, genera identificación y despierta el interés de la audiencia hasta hacer clic con sus emociones.

Con estos elementos visuales y una historia bien contada garantizarás:

- **La atención de la audiencia**, derribando la resistencia a escuchar.
- **El engagement** una historia que comparten del día a día comunica tus valores, lo que permite que la audiencia se identifique y conecte contigo.
- **Aumentar la fidelidad** de tu marca, permitiendo crear una relación a largo plazo con los demás.
- **Facilitar el recuerdo**, ya que el cerebro le cuesta menos trabajo recordar aquello asociado con una emoción que se vincule con una experiencia.

Por ejemplo:

¿En qué imagen se te facilita encontrar el número dos?

¿En qué imagen puedes identificar más fácilmente una tendencia?

Un ejemplo más…

¿Qué imagen te provoca mayor credibilidad, profesionalismo y confianza?

Pero ¿cómo contar una buena historia?

En el storytelling todo cuente el contenido y la forma de presentarlo. Deberán recoger datos para la transmisión de los resultados es para tu audiencia y no para ti y que, en formas y colores, menos es más.

Al mismo tiempo, es importante el tono de la voz, la velocidad al hablar, la mirada, la seguridad, la imagen personal, las emociones mientras hablas y lo convencido que tú estás de lo que estás diciendo.

Toda narrativa consta de cuatro elementos básicos: el mensaje, el o los personajes, el ambiente y der solución a una situación.

Figura 4. Elementos del storytelling.

Una vez que identifiques todos estos elementos en tu historia, es necesario que les des forma con intención, visión, creatividad e innovación, práctica y método.

Cierre

Ya sea que quieras hacer una presentación efectiva, hablar en público, crear contenido en redes para posicionar una marca, hacer que tus diferentes públicos para generar engagement de la audiencia, desarrollar una carrera política, mejorar las propias habilidades narrativas, etc., el storytelling es una técnica multidisciplinaria que brinda las herramientas necesarias para conectar emocionalmente con el público a través de historias *inolvidables*.

Cautivar a la audiencia no es tarea fácil, dependerá del estudio y práctica de la narrativa, de clarificar y simplificar el mensaje, definir el objetivo, así como de la capacidad de transmitir emociones.

Toda persona puede hacer uso de esta herramienta y disfrutar de crear historias para la generación de relaciones interpersonales.

Referencias bibliográficas

- Castillero, O. (2018). *Los 13 mejores historias cortas para aprender (y pensar).* Recuperado de https://psicologoemprende.com/cultura/historias-cortas
- Nussbaumer, C. (2021). *Storytelling con datos. Ejemplos PRÁCTICOS.* España: ANAYA MULTIMEDIA.
- Rovira, P., y Pascual, V. (2021). *ANALÍTICA VISUAL. CÓMO EXPLORAR, ANALIZAR Y COMUNICAR DATOS.* España: ANAYA MULTIMEDIA.

Para saber más

Los siguientes enlaces son externos a la Universidad Tecmilenio, al acceder a ellos considera que debes apegarte a sus términos y condiciones.

Videos

Para conocer más acerca del **storytelling**, te sugerimos ver lo siguiente:

- TEDx Talks. (2022, 24 de junio). *The Art of Storytelling in the News Work | Pablo Sharma Upadhyay | TEDxMICA* [Archivo de video]. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=JwHCOdHVkZQ
- TEDx Talks. (2020, 13 de abril). *Why storytelling is more trustworthy than presenting data | Kieran Eber | TEDxPurdueU* [Archivo de video]. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=EzSy54QSA5A

Lecturas

Para conocer más acerca del **storytelling**, te sugerimos leer lo siguiente:

- Leinhoff, G. (2020). *Manual de storytelling para comunicar el desarrollo.* Recuperado de https://acnudc.org/sites/default/files/documents/manual_de_storytelling_para_el_desarrollo_validado_gl_pb.pdf
- UNIVERSIDAD DE LIMA. (s.f.). *Técnicas de Comunicación: Storytelling & Storyboard.* Recuperado de https://www.ulima.edu.pe/sites/default/files/page/files/6_storytelling_storyboard_u.pdf
- Rovira, P., y Pascual, V. (2021). *ANALÍTICA VISUAL. CÓMO EXPLORAR, ANALIZAR Y COMUNICAR DATOS.* España: ANAYA MULTIMEDIA.

Checkpoint

Asegúrate de:

- Identificar los elementos del storytelling.
- Comprender el contexto y la audiencia para transmitir tu mensaje.
- Contar tus propias historias positivas para cautivar a los demás.

"Tecmilenio no guarda relación alguna con las marcas mencionadas como ejemplo. Las marcas son propiedad de sus titulares conforme a la legislación aplicable, estas se utilizan con fines académicos y didácticos, por lo que no existen fines de lucro, relación publicitaria o de patrocinio"

La obra presentada es propiedad de ENSEÑANZA E INVESTIGACIÓN SUPERIOR A.C. (UNIVERSIDAD TECMILENIO), protegida por la Ley Federal de Derecho de Autor; la alteración o deformación de una obra, así como su reproducción, exhibición o ejecución pública sin el consentimiento de su autor y titular de los derechos correspondientes es constitutivo de un delito tipificado en la Ley Federal de Derechos de Autor, así como en las Leyes Internacionales de Derecho de Autor.

El uso de imágenes, fragmentos de videos, fragmentos de eventos culturales, programas y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, es exclusivamente para fines educativos e informativos, y cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por UNIVERSIDAD TECMILENIO.

Queda prohibido copiar, reproducir, distribuir, publicar, transmitir, difundir, o en cualquier modo explotar cualquier parte de esta obra sin la autorización previa por escrito de UNIVERSIDAD TECMILENIO. Sin embargo, usted podrá bajar material a su computadora personal para uso exclusivamente personal o educativo y no comercial limitado a una copia por página. No se podrá remover o alterar de la copia ninguna leyenda de Derechos de Autor o que manifieste la autoría del material.