

EL PODER DEL STORYTELLING




ZAMIA

Del Arte a la Técnica de Comunicación

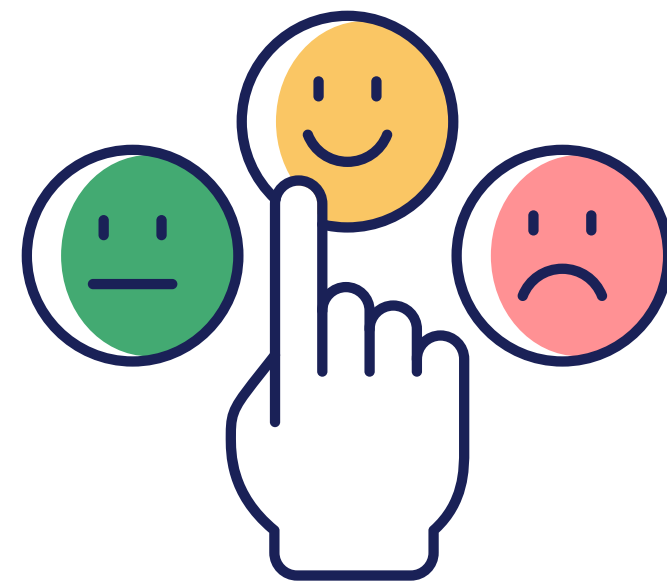
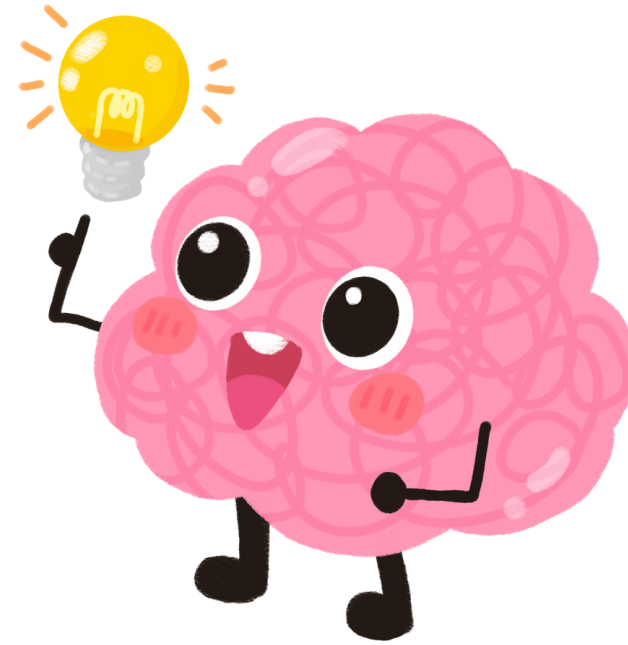
El arte ancestral de contar historias ha evolucionado con el tiempo para convertirse en una poderosa técnica de comunicación conocida como storytelling.

Esta forma de narrativa ha trascendido fronteras y culturas, y hoy en día se ha convertido en una herramienta fundamental en campos como la publicidad, el marketing y la comunicación organizacional.



¿Por qué las historias funcionan como técnica de comunicación?

- Cuando nos sumergimos en una historia, nuestro cerebro experimenta un cambio notable.
- Las áreas responsables del procesamiento del lenguaje se activan, permitiéndonos captar y mantener la atención.
- Las emociones se despiertan, lo que nos conecta emocionalmente con los personajes y los eventos.
- Activan nuestra empatía lo que nos hace sentir identificados y nos involucra aún más en la narrativa.



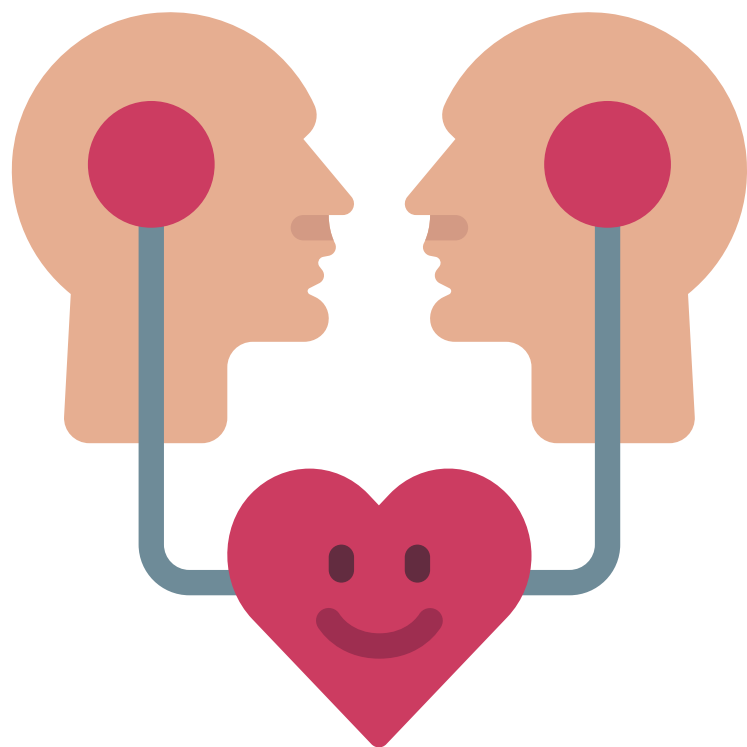
El poder del Storytelling en las ONGs.

Las historias son una de las formas más efectivas de comunicar nuestras iniciativas sociales o ambientales, ya que nos permiten:

Crear conciencia: Las historias permiten a las ONGs contar la historia de las personas a las que ayudan y las problemáticas que enfrentan. Estas narrativas conmovedoras ayudan a sensibilizar a la sociedad y a generar conciencia sobre las causas y los desafíos que las organizaciones están abordando.

Generar empatía y conexión: Las historias permiten a las ONGs establecer una conexión emocional con su audiencia. Al compartir las experiencias y los testimonios de las personas involucradas, las organizaciones pueden generar empatía y solidaridad, lo que puede motivar a las personas a apoyar y colaborar con sus proyectos.





Inspira acción: Las historias bien contadas tienen el poder de inspirar a la acción. Cuando se comparten narrativas impactantes y se resalta el impacto positivo de las ONGs, se pueden motivar a las personas a donar, ser voluntarios, convertirse en defensores y difundir el mensaje.



Diferenciación y visibilidad: Mediante el storytelling, las ONGs pueden destacarse y diferenciarse en un mercado saturado de información. Las historias auténticas y convincentes permiten a las organizaciones destacar su propósito, sus logros y los cambios que están generando, lo que les brinda una mayor visibilidad y reconocimiento.

A continuación te damos algunas tácticas infalibles para contar historias impactantes y memorables:



7 Tácticas para contar historias

1. Arcos narrativos: Un buen relato sigue una estructura sólida que involucra una introducción, desarrollo, clímax y resolución. Utiliza esta técnica para presentar un problema o desafío, mantener la tensión y finalmente ofrecer una solución o conclusión satisfactoria.

2. Personajes atractivos: Crea personajes convincentes y realistas que sean fácilmente identificables para tu audiencia. Dale vida a través de características únicas, desafíos y metas personales. Esto ayudará a generar empatía y captar la atención de tu audiencia.

3. Elementos visuales y sensoriales: Utiliza descripciones detalladas y vívidas para involucrar los sentidos de tu audiencia. Apela a la vista, el oído, el olfato y el tacto, permitiendo que los receptores se sumerjan en la historia y la experimenten de manera más profunda.



4. El gancho inicial: Comienza tu historia con un gancho intrigante que capte la atención del público desde el primer momento. Puede ser una pregunta provocadora, una frase impactante o una situación intrigante. Este gancho inicial enganchará a tu audiencia y los motivará a seguir escuchando.



5. La tensión narrativa: Crea y mantiene la tensión a lo largo de tu historia. Introduce conflictos, obstáculos y desafíos que mantengan a tu audiencia en suspenso. La tensión narrativa mantiene el interés y el compromiso de la audiencia mientras esperan ansiosamente la resolución.



6. Elementos de sorpresa: Introduce giros inesperados en tu historia para mantener a tu audiencia intrigada y cautivada. Los giros sorprendentes desafían las expectativas de la audiencia y agregan emoción y emoción a la narrativa. Estos momentos de sorpresa pueden ser revelaciones, cambios repentinos de rumbo o acontecimientos inesperados.

7. Moraleja: Al final de tu historia, proporciona un mensaje o moraleja significativa que resuene con tu audiencia. Esta lección o enseñanza final puede ser inspiradora, reflexiva o motivadora. Proporcionar un cierre satisfactorio y dejar a tu audiencia con un pensamiento o una reflexión les brinda un sentido de satisfacción y completitud.



**Aumenta el impacto de tu causa usando el storytelling.
Combina dos o más técnicas para crear historias memorables.**

**Recuerda que el equipo de Zamia Media
está aquí para apoyarte en tu proceso.
Visita www.es.zamia.media**

