

DIST Digital Storytelling for Spreading and Promoting
Entrepreneurship

Project number: 2015-1-IT01-KA202-004621

Output 3: 1/A5
“GUÍA DE STORYTELLING PARA LA
FORMACIÓN”

Cliff Notes



Pratika



"The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein."

El Proyecto DIST

El DIST es un proyecto que tiene como objetivo formar a emprendedores y aspirantes a emprendedores a través de entrevistas video narrativas para ser usadas en muchos contextos educativos y dirigidos al público definido arriba a través del enfoque narrativo. El proyecto DIST está realizado a través de una colaboración de seis socios de cuatro países diferentes (Italia, Polonia, Rumania, España).

La estructura de la guía

El objetivo de la guía es proporcionar indicaciones útiles para su uso en el enfoque de la narración de historias (Storytelling), las video entrevistas (hechas a exitosos empresarios innovadores) para la formación de empresarios y emprendedores.

Esta guía está dirigida indirectamente a los empresarios, así como a los formadores y consultores que trabajan con ellos.

¿Qué significa ser un empresario?

Un empresario es alguien que ejerce la iniciativa emprendedora creando una empresa para obtener beneficios de una oportunidad de negocio y, como persona que decide, decidir qué, cómo y cuánto de un bien o servicio producir.

Suministra capital riesgo como tomador de riesgo, y supervisa y controla las actividades de negocio. El empresario suele ser un propietario único, un socio, o quien posee la mayoría de acciones de una empresa.

La guía pretende trabajar en las capacidades sociales básicas en la vida de los empresarios y emprendedores para reforzar su emprendimiento.

Actitudes y capacidades que la guía permite reforzar

El volumen pretende reforzar los comportamientos transversales y actitudes útiles para esa gente que desea crear un negocio, con el fin de estar mejor preparado para entrar de manera firme en la fuerza de trabajo.

#1-Mejorar experiencias pasadas.

Podría decirse ciertamente que, antes de convertirte en un exitoso empresario, es importante hacer muchas prácticas para ganar experiencia, lo cual es esencial para destacar entre la multitud.

#2- Desarrollo de habilidades a través de experiencias personales.

#3- Disciplina sólida, perseverancia y tenacidad.

#4- Pasión y confianza.

#5- Curiosidad

#6- Tolerancia al riesgo.

#7- Flexibilidad y creatividad

#8-Conciencia sobre la posibilidad de perder

Los valores que la guía pretende fomentar

Las historias presentadas en la guía pretenden fomentar valores positivos que los empresarios y emprendedores pueden usar como inspiración para implementar su propio proyecto.

1. Visión de futuro: es necesario proyectar el futuro y no estar sujeto a él.
2. Inteligencia innovadora
3. Investigación y creatividad
4. Cultura del cambio: significa no parar de lograr objetivos, sino reiniciarse cada día.
5. Conciencia social
6. Apertura al mundo

¿Qué es la narración de historias (Storytelling)? Principios fundamentales

Storytelling no puede definirse simplemente como la necesidad de compartir historias, sino que es un campo de estudio, trabajo y acción multidisciplinar y real. Es un método de influir en un público objetivo, de aprender y enriquecer el conocimiento y capacidades, es una herramienta que permite compartir experiencias y métodos de trabajo de forma efectiva, un camino a través del cual es posible identidades personales y organizacionales, una manera de gestionar el consenso y el poder, una

forma de formular, verificar y reformular las decisiones políticas, económicas y de márketing.

La historia de la narración de historias (Storytelling)

La Red Nacional de Storytelling define la narración de historias como:

Una antigua forma de arte y una valiosa forma de expresión humana. Sin embargo, debido a que las historias son esenciales en muchas formas de arte, la palabra “storytelling” a menudo se usa de diferentes maneras.

Eso es lo que “Storytelling” significa para la mayoría de nosotros:

Storytelling es el arte interactivo de usar palabras y acciones para revelar los elementos e imágenes de una historia mientras se alienta la imaginación del oyente.

La narración de historias es interactiva

La narración de historias comporta una interacción bidireccional entre un narrador y uno o más oyentes. Las respuestas de los oyentes influyen en la narración de la historia. De hecho, la narración de historias surge de la interacción y esfuerzos cooperativos y coordinados entre el narrador y la audiencia

Los principios de la narración de historias

- Las historias son el resultado de cómo, nosotros los humanos evolucionamos para entender las lógicas del mundo natural. La narrativa es, por lo tanto, una construcción innata de las especies humanas que ya estaba presente antes del pensamiento lógico, matemático y la cultura.
- Notamos y valoramos la causa y efecto, y la historia es solo eso: un tren de causa y efecto
- A través de la narrativa ponemos las cosas y eventos en una secuencia lógica que es muy importante para nosotros comprender el mundo
- Compartir historias significa compartir situaciones, emociones, el efecto de metalizar nos da el poder, no solo de recordar lo que se ha dicho, sino también de experimentarlo simulándolo en nuestro cerebro.
- El valor de una historia no solo depende del tipo de información que da a la audiencia

- Los cuatro objetivos principales de contar una historia son: entretener, informar, instruir e inspirar. Una combinación de todos ellos debe estar siempre presente en una historia.
- Muchos de nosotros creemos que no tenemos ninguna historia buena que contar que pueda interesar para enriquecer a otras personas (¡PERO ESO NO ES CIERTO EN ABSOLUTO!!)
- La conexión entre la narración de historias y las activaciones en nuestro cerebro. El vínculo entre partes de la historia y partes de nuestra memoria.
- Para involucrar a las personas debes poner dentro de la historia sentimientos y emociones.
- Todo el mundo tiene sus propias historias que compartir con los otros y cada historia es única.
- Si usas una historia con la finalidad de compartir algo el 65-70% del mensaje permanecerá en las memorias del público (los hechos solo permanecen el 5-10%).
- El valor de las historias no depende solo del tipo de información que proporcionas a la audiencia. Las emociones que las reacciones crea pueden ser inmensamente valiosas por ellas mismas.

Los elementos más importantes (ingredientes secretos) para crear una buena historia

- Pensar un momento en los fracasos propios que te llevaron al éxito en tu carrera
- Encuentra en las cosas interesantes que pueden ser puntos de entrada emocionales
- Comparte tus principales vulnerabilidades con el grupo
- Saber con quien vas a hablar, y adaptar la manera de expresarte dependiendo del conocimiento del público
- Desarrolla pequeñas historias dentro de la historia principal
- Usar determinadas palabras que sugieran y hacer imaginar la situación al público

- Sé concreto, y no te extiendas demasiado, porque puedes hacer que el público se pierda o desconecte
- Proyéctate en una situación determinada
- Usa tu imaginación para encontrar la solución al problema, pregunta a la audiencia qué harían ellos en esa situación
- Conecta la historia del oyente con la historia que cuenta el narrador
- Describe un objeto/símbolo que es importante en nuestra vida
- ¿Cómo superar los obstáculos para conseguir tu objetivo?

Historias y habilidades

Usar historias de manera consciente y reflexiva da la posibilidad de desarrollar habilidades que satisfagan esos objetivos que las agencias como la Organización Mundial de la Salud (OMS) definen como habilidades vitales (las habilidades que se necesitan para hacer la mayoría de las cosas de la vida). De acuerdo con la OMS las básicas son:

Toma de decisiones;

Resolución de problemas;

Pensamiento creativo;

Pensamiento crítico;

Habilidades comunicativas eficaces;

Habilidades de relaciones interpersonales;

Habilidades de autoconocimiento;

Empatía;

Hacer frente a las emociones;

Hacer frente al estrés;

¿Cómo pueden las historias y/o la construcción de historias ayudar al desarrollo de estas habilidades?

Los protagonistas de estas historias hacen elecciones, toman decisiones, con evaluaciones de diferentes tipos, con diferentes vías, con diferentes métodos de toma

de decisiones, usando las historias podemos adquirir experiencias plurales acerca de elecciones y decisiones, “entrenando” así nuestras habilidades.

Los protagonistas de las historias se enfrentan a problemas que suelen resolver y también la resolución de problemas asumen una variedad increíble en las diferentes formas narrativas en las que nos encontramos. Entonces, usar las historias nos permite acumular repertorios de comportamientos, métodos de toma de decisiones, posibles reacciones a actos y soluciones a problemas.

Uso de metáforas

La metáfora es un elemento generativo crucial. Contribuye a la creación y construcción del mundo y realidad. Además, intervenir en la producción y construcción de nuevas metáforas comporta cambios profundos de percepciones.

¿Qué es en realidad una metáfora? Es la comprensión de algo en términos de otra cosa. Por ejemplo, podemos hablar acerca de una negociación económica en términos de una “guerra” (el mismo término “negociación” deriva del campo semántico de la palabra “guerra”). Esto no significa que vayamos a negociar armados o que intentemos dañar a nuestros interlocutores, pero que, por ejemplo, tenemos la intención de “ganar terreno” durante la negociación. Entonces, metáfora no requiere la equivalencia entre los dos términos (en nuestro ejemplo “guerra” y negociación) pero requiere la posibilidad de usar conceptos y términos metafóricos para mejorar los significados de las palabras a las que nos referimos y crear conceptos en torno a ellos.

¿Qué es la narración corporativa?

La narración corporativa se refiere al universo de valores, significados, símbolos que narra y comunica una empresa a sus grupos objetivos. A través de historias es posible transmitir emociones y sensaciones que enriquecen la información difundida por las empresas, captando así la atención del interlocutor y ampliando su participación.

¿Qué es la narración digital?

La narración digital es la evolución natural de la narración de historias oral y escrita.

La narración digital en su núcleo más básico es la práctica de usar tecnologías para contar historias. La idea es combinar el arte de contar historias con herramientas multimedia, incluyendo gráficos, audios, videos y publicaciones web.

Hoy en día el uso de la narración digital se practica en centros comunitarios, escuelas, bibliotecas y empresas. En el campo de la educación, maestros y sus alumnos usan la narración digital en diferentes áreas de contenido y en diferentes grados.

La narración digital no se trata solo de transmitir conocimiento. Todo el mundo puede participar porque todos tenemos una historia que contar.

La narración digital es una narración online personal en formato digital. La narración digital puede funcionar fuera de las instituciones u organizaciones, aunque muchas organizaciones como museos y bibliotecas están usando la narración digital para ayudar a alcanzar sus objetivos de participación comunitaria. No se requiere experiencia, pero eso no significa que sea fácil. La narración digital efectiva utiliza los componentes digitales de narrativa, texto, imágenes y sonidos (por ejemplo, música, narración). Mucha gente descubre la narración digital a través de los talleres de como usar la tecnología multimedia. A través de las habilidades, competencias digitales, y la lectoescritura aprendida en estos entornos, los narradores de historias pueden seguir creando.

¿Cómo funciona?

Aunque los grupos pueden colaborar en historias digitales, la forma es adecuada para proyectos de usuarios individuales. La mayoría de programas de narración digital promueven la idea que usuarios con poco o ningún conocimiento técnico pueden ser capaces de crear historias digitales. Dependiendo de los elementos incluidos en la historia digital, puedes necesitar un dispositivo de grabación y un micrófono, hardware y software para manipular imágenes y vídeos, o herramientas para tomar fotos y grabar videos. Existen algunas aplicaciones de narración digital en línea disponibles de forma gratuita. Una historia digital normalmente empieza con un guion. Luego el narrador añade medios audiovisuales para respaldar las ideas y emociones del guion, incluyendo música u otros efectos de audio, imágenes de dominio personal o público, animaciones o vídeos, y otros elementos electrónicos. El narrador mezcla o edita la historia digital, creando un corto, normalmente de dos a cuatro minutos de duración.

La gente cuenta historias para enseñar creencias y valores a los demás. Las historias digitales permiten a las personas expresarse no solo con sus propias palabras sino también con sus propias voces, fomentando un sentido de individualidad y de “propiedad” a sus creaciones. Al mismo tiempo, las historias digitales dan a la gente una oportunidad de experimentar con la autorrepresentación – contando una historia que resalta características o eventos específicos.

Utilidad de la narración de historias en la formación

Con el fin de promover un uso adecuado de la narración en la educación es necesario proporcionar una hoja de ruta: no se trata simplemente de insertar historias en el contexto educativo que hagan posible hablar acerca del uso de la narración en la educación. Es básico hacer algunas distinciones: hablar sobre una educación basada en los principios de la narración es diferente que hablar de la educación a través de la narración. Una educación centrada en los principios de la narración de historias es narrativa, que incluye momentos de lectura y narraciones estímulo, prevé actividades narrativas, puede tener un marco narrativo y que sirve como metáfora para la construcción del sentido, sirve para alentar la multiplicación de puntos de vista y así conocer mejor las diferentes situaciones. La educación a través de la narración proporciona en cambio, (además de lo mencionado previamente) la implicación activa en la construcción, producción y narración de las historias del grupo objetivo proporciona la creación de nuevas metáforas, en otras palabras, proporciona la activación narrativa de los estudiantes. La narración no solo se utiliza, sino que se vive, manipula y construye conjuntamente.

¿En qué situaciones?

Situaciones en las que se puede aplicar la narración de historias:

- Educación (desde la educación básica a la universidad)
- Formación profesional
- Organizaciones/ asociaciones que fomentan el emprendimiento
- Formación de formadores

Métodos de exposición de la narración de historias:

- Imágenes

- Gráficos
- Narrativa escrita
- Visual
- Auditivo (por ejemplo cantando....)
- Pintando

¿Cuáles son las reglas para hacer un vídeo efectivo?

Un vídeo, incluso más que cualquier otro medio, para ser usado, debe estar técnicamente bien hecho.

Una entrevista en vídeo en la que, por ejemplo, se oye por ruidos de fondo, será interrumpida por el espectador y no tendrá más visualizaciones.

Incluso si las condiciones técnicas son buenas, la duración del video es un elemento decisivo para predecir y medir su impacto educativo.

Aquellos videos que tienen finalidades comerciales que pretenden hacerse virales, deben generalmente tener una duración muy corta, entre 1 y 3 minutos.

La duración de un vídeo con finalidades educativas debe ser mayor que el nombrado anteriormente.

En cada caso, es necesario tener presente la duración de la capacidad de atención de los seres humanos, y que está sobre los 20 minutos.

Durante la formación, también se pueden usar vídeos de duración más larga (hasta 1 hora) -considerando la posibilidad de una visión interrumpida (intercalando actividades relacionadas) o vistos en intervalos.

- La cámara (incluso cuando usas la cámara del móvil) debe estar siempre en posición horizontal
- Ajustar el balance de color
- Hacer diferentes tomas de la misma escena
- Planos alternos anchos y estrechos
- Las condiciones de luz son fundamentales
- Cuidado con los planos cortos
- ¡Cuidado con la batería!

Reglas empíricas para la edición de videos

- No editar juntas escenas en las que se mueva la cámara
- El disparo sucesivo debe realizarse desde diferentes ángulos, con una variedad angular de, al menos, 45 grados
- Las secuencias de cara deben ser tomadas desde diferentes puntos de vista
- Cambia la perspectiva cuando grabes edificios
- Insertar cortes cuando las personas se mueven
- Asegúrate de que los pasajes son armoniosos, evitando saltos visuales abruptos
- Cuando más estático sea un disparo, más corto debe ser. Los disparos con movimientos rápidos pueden tener, en cambio, una duración más larga.
- Como los campos amplios tienen un contenido más consistente, su duración debe ser mayor.
- Dar ritmo
- Empezar por un plano amplio. Si es posible, es aconsejable empezar grabando el entorno antes de centrarse en las personas.

Una herramienta para la formación de empresarios y emprendedores: el currículum digital

El currículum digital es una *breve historia personal de alrededor de dos minutos y medio* que combina grabaciones de audio, imágenes, secuencias fotográficas y/o elementos de película.

Cuenta la historia de una persona desde la perspectiva de sus habilidades y capacidades, motivaciones, valores, pasiones y vocación profesional...

Un currículum digital es:

- Una historia creada en torno al ámbito profesional en formato digital
- Una herramienta creativa para mostrar las competencias básicas (no solo digitales)
- Un dispositivo de evaluación ex post de un proceso formativo o una evaluación de habilidades
- Una manera de compartir la experiencia personal y profesional con los demás

- Un proceso de desarrollo personal continuo

Los 5 pasos del proceso de creación del currículum digital son:

- Instrucciones y preparación para escribir
- Escribir/reescribir
- Grabar
- Editar
- Compartir

Lo que es básico para el taller, concretamente para el proceso de encontrar y crear tu propia historia, es: traer fotos para ilustrar tu historia. 15 o 20 sería un número perfecto, pero no te preocupes si no tienes tantas, un buen currículum digital puede contar con solo tres fotos.

Pero debería hacer que traigan tantas como les sea posible (unas 20).

Antes de empezar a escribir son importantes los siguientes elementos:

- Habla sobre un episodio que destaque tus habilidades personales y profesionales
- Logros profesionales
- Momentos de inflexión que hayan ocurrido en tu vida personal/profesional
- Situaciones críticas con resultados positivos
- Pasiones, talentos, propósitos
- Motivaciones, valores
- Tus puntos fuertes
- Lecciones de vida que han tenido un gran impacto en ti
- Visión de futuro
- Qué te gustaría llegar a ser

Cuando empieces a escribir debes tener en cuenta el corazón de tu historia y escribir la manera de narrarlo.

Hacer una historia concisa: unas 250 o 350 palabras, puedes ayudarte con un guion gráfico. Puedes empezar tu historia con frases que capten la atención y curiosidad del oyente (ex: preguntas, etc...).

Contando la historia puedes moverte del presente, al pasado y futuro... (la historia es como un viaje personal del narrador). Recuerda escribir un buen principio y un buen final, y evita ser dramático.

Antes de grabar es necesario leer muchas veces el guion; relajarse y tomarse su tiempo, así como hablar despacio y claro.

Las fotos deben ser legítimamente tuyas (por razones de derechos de autor) y deben tener una conexión personal contigo y tu historia.

Si no tienes suficientes fotos, por favor echa un vistazo a colecciones de imágenes sin derechos de autor en internet. Pero haz esto solo si es realmente necesario: una historia digital es mucho mejor cuando existe una conexión personal con el narrador.