

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo

Escuela: Preparatoria número tres

Área Académica: Informática

Asignatura: Mundos digitales

Tema: 1.2.3.3 Storytelling y sus elementos

Profesor: Lic. en Comp. Marco Antonio Zamora lucio

Periodo: enero-junio 2021

Fecha: febrero 2021

Unidad:1 Componentes del mundo digital

Objetivo general: Describir el proceso de creación y diseño de elementos digitales como herramientas para comunicar ideas.

Aprendizaje esperado:

Comprende las características, formatos, edición, manipulación, configuración y utilización imágenes digitales para comunicar o imprimir una idea o proyecto.

Competencias genéricas a desarrollar: Uso de la tecnología.

Resumen

Hace miles de años, cuando ni siquiera existían códigos gráficos o textuales para comunicarnos, ya nos contábamos historias unos a otros (Gottschall, 2013). Y ahora, usamos esos relatos de forma inconsciente para explicar el origen de las cosas y seguir sorprendiéndonos en masa ante historias reales o de ficción, en libros, teatros o pantallas (García, 2011). Como especie, somos adictos a las historias (op. cit., 2013). Somos narradores, nos constituimos narrativamente y nos perpetuamos a través del relato (Domingo y Feito, 2013).

Como hemos dicho anteriormente, el *storytelling* hace referencia al hecho de contar (“tell”) una historia (“story”), pero sus implicaciones en la raíz narrativa del ser humano hacen que acuñar una definición lo más completa no sea tarea fácil. El Collins English Dictionary define el *storytelling* como “la actividad de contar o escribir historias” mientras que el Cambridge Dictionary lo define como “el arte de contar historias”.

Palabras clave

Historias, relatos, narradores, contar, escribir y *storytelling*.

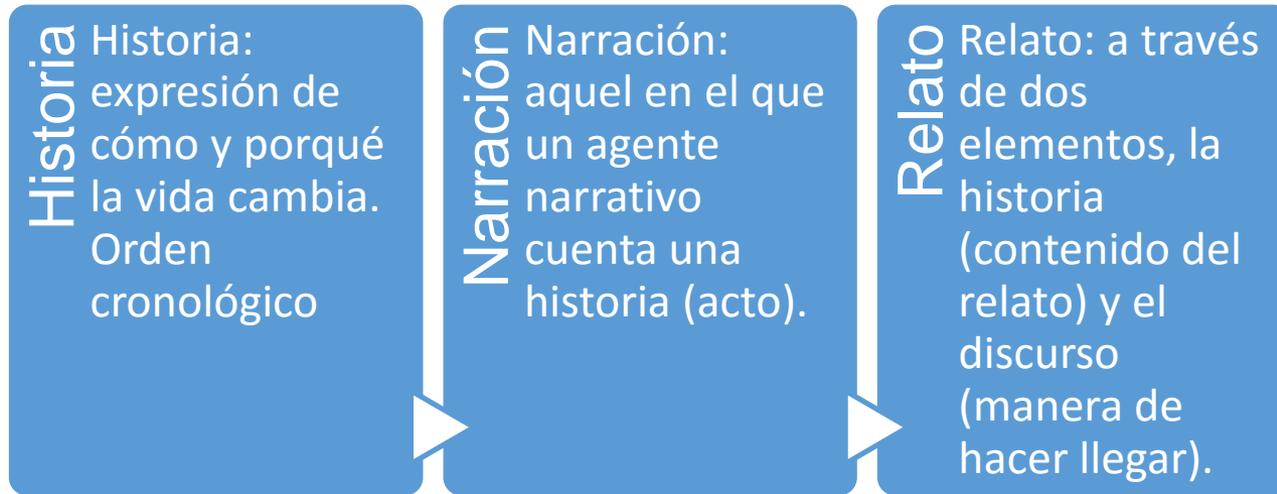
Abstract

Thousands of years ago, when there were not even graphic or textual codes to communicate, we were already telling stories to each other (Gottschall, 2013). And now, we use those stories unconsciously to explain the origin of things and continue to surprise ourselves en masse by real or fictional stories, in books, theaters or screens (García, 2011). As a species, we are addicted to stories (op. Cit., 2013). We are narrators, we constitute ourselves narratively and we perpetuate ourselves through the story (Domingo and Feito, 2013). As we have said before, storytelling refers to the fact of telling (“tell”) a story (“story”), but its implications in the narrative roots of the human being make coining a definition as complete as possible is not an easy task. The Collins English Dictionary defines storytelling as “the activity of telling or writing stories” while the Cambridge Dictionary defines it as “the art of telling stories”.

Keywords

Stories, narrators, telling, writing and storytelling

Diferencia entre historia, narración y relato



Definición de storytelling



contar (“tell”) una historia (“story”)

El Collins English Dictionary define el *storytelling* como “la actividad de contar o escribir historias”

mientras que el Cambridge Dictionary lo define como “el arte de contar historias”.

El storytelling es una herramienta



Es una herramienta creativa para el aprendizaje que ofrece a los espectadores una moraleja o reflexión en torno a un suceso.

¿Donde se utiliza?



Se utiliza en grupos interculturales para producir una enseñanza, construir múltiples sensaciones emocionales y promover diversos puntos de vista

La importancia del storytelling



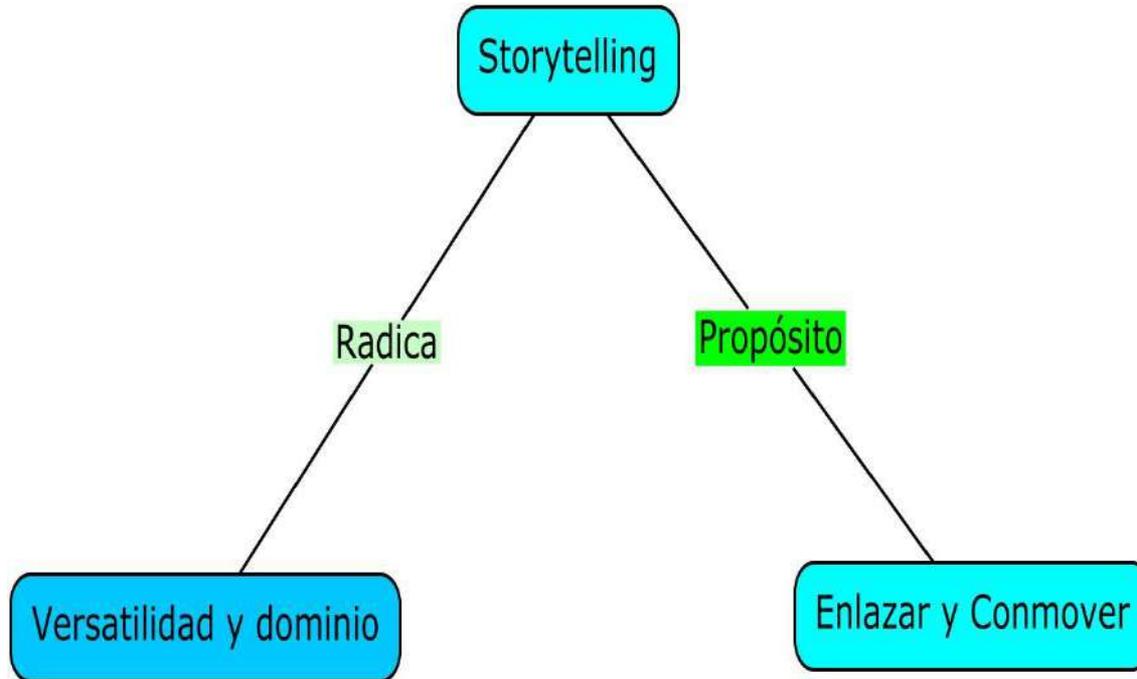
La importancia del storytelling crece día con día por su flexibilidad y aplicación en diversos campos este concepto ha evolucionado desde la novela, cómic, guion, la cátedra y las conferencias con versatilidad, en la edición y hasta en las ciencias sociales donde se utiliza para transmitir conocimiento.

La riqueza del storytelling



La riqueza de esta herramienta para innovar en la educación radica en la versatilidad y dominio de las emociones en el otro para cumplir un propósito enlazar y conmover para afianzar el resultado deseado, en el desarrollo y producción de una historia intervienen distintos factores durante su elaboración es necesario equilibrar los momentos de tensión, la entonación o modulación de la voz del narrador para encaminar en espectador un diseño de las imágenes que cautive si es por video o formato electrónico y el énfasis en la creación del vínculo que ofrece la narración .

Storytelling



Storytelling



Conclusiones

Esta multiplicidad de enfoques provoca la necesidad de proponer una definición propia sobre el *storytelling*, ya que, a nuestro juicio, la dicotomía entre los planteamientos genéricos y concretos a la hora de explicar nuestro objeto de estudio provoca que todas las definiciones sean correctas y complementarias, pero a su vez, incompletas. Creemos que el escenario reflejado con estas acepciones tiene un acusado carácter antagónico, de manera que, salvo las aportadas por Núñez (2011), Salmon (2011) o Vázquez (2015), la mayoría de definiciones se mueven alrededor de lo genérico y lo concreto. Un hecho que no ayuda a unificar el ya de por sí difuso tapiz conceptual del *storytelling*.

Por tanto, consideramos clave proponer una definición de *storytelling* basada en dos parámetros: su capacidad para aglutinar significados y su susceptibilidad para transmutar en función de su tipo y grado de aplicación. De esta manera, tendremos un punto de partida desde el cual entender este concepto, así como sus posibles aplicaciones, teniendo en cuenta las diferencias que aparecerán en dicho proceso.

Dicho esto, nuestra propuesta de definición de *storytelling* es:

"La instrumentalización de la innata habilidad humana de narrar, a través del uso de historias con un fin determinado"

Referencias bibliográficas

Vizcaíno, P. J. (2017) Del storytelling al storytelling publicitario: El papel de las marcas como contadoras de historias [Tesis de doctorado, Universidad Carlos III de Madrid].