

# STORYTELLING Y CONTENIDO TRANSMEDIA





# STORYTELLING Y CONTENIDO TRANSMEDIA

El arte de contar historias

## PRESENTACIÓN

Las redes sociales y plataformas utilizadas actualmente para comunicarse e interactuar con otros se volvieron parte no sólo de la vida cotidiana, sino también del mundo de los negocios. Así se convirtieron en herramientas clave de comunicación, se trate de emprendimientos personales o grandes compañías. Su extensa penetración, la multiplicidad de alternativas que ofrecen y la versatilidad en cuanto a mensajes y formatos para los mismos proveen a estos medios de un potencial innegable para acercar a clientes y empresas y también conectan a los usuarios entre sí. Sin dudas gozan de una gran utilidad para alcanzar objetivos comerciales y de posicionamiento.

En el contexto actual, en el que las personas son cada vez más reacias a la publicidad convencional y prefieren experiencias genuinas, resulta imprescindible lograr construir una voz de marca honesta y que empatee con el consumidor. Frente a este panorama, el prosumidor espera propuestas valiosas. Es así que el contenido es sin dudas uno de los grandes protagonistas del momento y se ha vuelto tanto medio como fin de la estrategia de comunicación, en particular, de la digital.

En particular, se ha migrado de la concepción de mensaje a la de relato; y es a través de los recursos narrativos que marcas, profesionales, empresas y emprendedores buscan establecer una conexión emocional y genuina con sus clientes y potenciales clientes. A través del storytelling, definido como el arte de contar historias, la comunicación se impregna de la mística de los cuentos y fábulas, de héroes y villanos, de escenarios mágicos y nuevos mundos posibles, para invitar a los prosumidores a escribir (y experimentar) juntos la historia de la marca.

En cada clase, los alumnos abordarán de manera teórico-práctica diferentes recursos para lograr involucrar al cliente (y captar nuevos) a partir de diferentes vías de comunicación innovadoras y disruptivas; incluyendo ideas para la generación de contenido transmedia. Se trata de un contenido no sólo práctico y valioso, sino uno que también involucre emocionalmente al consumidor con la marca, para establecer lazos más fuertes y duraderos con él. El Taller/Workshop es una aproximación a las herramientas de las que emprendedores, profesionales y empresas disponen para acercarse a las audiencias; es una invitación al detrás de escena del ecosistema digital.

## Objetivos

- Conocer las nuevas tendencias en comunicación y generación de contenidos para las plataformas y redes sociales utilizadas en un negocio para conectar con los clientes
- Adquirir conocimientos fundamentales para poder comunicar desde la narrativa productos, servicios, ideas y proyectos personales
- Comprender la importancia del armado de una estrategia de comunicación coherente e integral que lleve a lograr objetivos comerciales y de comunicación
- Proveer a los participantes de los recursos necesarios para que puedan desarrollar piezas o propuesta de comunicación originales y creativas vinculadas al storytelling de marca

## Destinatarios

### Dirigido a:

- Personas interesadas en obtener herramientas para potenciar la estrategia de comunicación de sus proyectos
- Profesionales de disciplinas diversas que deseen adquirir conocimientos que los ayuden a generar contenido para las diferentes plataformas de comunicación de su negocio

\*No se requieren conocimientos previos de Marketing.

## Datos del Taller

Este curso tiene formato taller y su duración es de un encuentro de 4 hs.

## Metodología de trabajo

El curso propone un contexto de aprendizaje dinámico en el que el docente se convierta en nexo y guía, entre los contenidos teórico-prácticos impartidos y los alumnos, promoviendo un espacio de intercambio de ideas, debate y retroalimentación de experiencias entre los asistentes. Una de las premisas que regirá la cursada es la de tratar casos reales para su análisis, crítica y mejora.

La idea es que, con la teoría como marco, el aula se convierta en un taller en el que se desarrolle una mira estratégica de la comunicación y

se estimule la producción de contenidos creativos para proyectos personales o de empresas, siempre planteados desde la premisa de construir el storytelling de la marca.

Durante el encuentro, que será presenciales, se utilizarán presentaciones en Power Point, notas periodísticas, material audiovisual y didáctico. Además, los asistentes contarán con material digital. Se podrán requerir participaciones virtuales a través del campus y/o actividades domiciliarias individuales y/o grupales.

## Contenido del workshop

### • El contenido como protagonista

Content Marketing: el contenido como fin y como medio para alcanzar objetivos comerciales y de comunicación.

Recursos para generar contenido: los territorios de marca.

El rol del contenido en el Funnel de Conversión. ¿Qué particularidades tiene hoy?: los formatos transmedia, multiplataforma y on-demand buscan una experiencia inmersiva del cliente.

### • Storytelling, el arte de contar historias

¿Qué es el storytelling? Definición y estructura. Beneficios para la marca. Tipos típicos de relatos. Casos famosos de empresas e influencers.

La importancia de involucrar y emocionar al prosumidor: disparadores para narrar y estimular la creatividad a la hora de pensar un relato.

Desarrollo estratégico del storytelling transmedia: tips para incluirlo dentro de la comunicación.

## Procedimientos de evaluación y Acreditación - Certificación:

Los criterios y metodología de evaluación se sostendrán principalmente en la participación e involucramiento de los alumnos con la cursada.

Se considerará la realización de los ejercicios propuestos en clase (análisis de casos y aplicación de la teoría en la práctica) o bien a través del campus virtual.

El desempeño durante el curso, sumado al 75% de asistencia, habilitará al alumno a solicitar la certificación correspondiente.

## Docentes

*Marianela Lavate, María Sol Boeri*

## Coordinación

***Andrea P. Del Grecco***  
*Lic. en Comercialización*

Si te interesa esta propuesta u otras del espacio, puedes escribirnos a:

**[marketing@sceu.frba.utn.edu.ar](mailto:marketing@sceu.frba.utn.edu.ar)**