

## 2.- Storytelling: la herramienta más poderosa de comunicación.

El mundo está hecho de historias no de átomos. -Muriel Rukeyser-

Paul J. Zak de la Universidad de Berkeley en el año 2013 demostró que las historias hacen que se libere oxitocina, hormona que el cerebro humano segrega cuando confía en alguien y que fomenta la colaboración y la empatía. Además, se demostró que el relato posee una gran capacidad para **atraer la atención** humana y que consigue que el receptor **comparta la emoción** de los personajes. De hecho, se comprueba cómo las historias que unen contenido y emociones son más **fáciles de entender** y se **recuerdan por más tiempo** y generan **credibilidad**.

Para entenderlo mejor vamos enumerar los logros-objetivos de un buen storytelling:

- Conexión emocional.
  - Captar la atención.
  - Participación del receptor.
    - Interacción emisor-receptor.
  - El mensaje perdura en el tiempo
- Facilidad para entender el mensaje
  - También promueve la memoria a largo plazo.
- Versatilidad

Si bien es cierto que en tu vida recordarás más historias que nombres de las capitales del mundo, cuidado con asegurar recordar sin falta alguna, todas las historias con las que has entrado en contacto, y ciertamente, no todas las historias te han interesado al punto de sentirte involucrado en la historia. Recuerda no hay atajos ni trucos, las historias funcionan porque llenan las expectativas del espectador. ¿Quieres saber cómo lograrlo?.

### La construcción efectiva de la historia

Por naturaleza no soportamos la tensión que nos causan las dificultades y por ello nos interesamos en solventar cualquier desafío; inclusive cuando estos problemas solo son parte de un cuento, así nos hacemos parte de la historia, cumpliendo el último objetivo del Storytelling.

“Debemos dar forma a nuestras historias de tal manera que expresen nuestra visión y satisfagan los deseos de los espectadores” (McKee, 2008, p. 23). Sin cuestionar las diversas opiniones y cientos de maneras existentes para crear el esqueleto o estructura de tu historia, el modelo básico de la tragedia griega sigue teniendo vigencia “Las historias efectivas exhiben una parte **inicial**, una parte **central** y una parte **final** claras, y tienden a organizarse en torno a un único evento crucial o clímax” (Guijosa & Hiriart, 2003). Si deseas un poco más de luz en esto, te compartimos el mundialmente conocido “triángulo de Freitag”:

- Exposición - presentación
- Problema - detonante - incremento de la acción
- Clímax - se enfrenta la mayor consecuencia
- Resolución - descenso de la acción
- Final - revelación

Perfecto! ya sabemos cómo haremos el esqueleto, pero, ¿cómo tener éxito con el contenido? tendréis que hacer muchos ajustes y adaptaros al público. Aquí no hay fórmulas perfectas, quizás a cada uno nos gusten colores diferentes, lo cierto es que nos gustan los colores; ponle color a tu historia, Nuñez A., conferenciante especializado en storytelling, aclara mejor cómo evocar a los cinco sentidos:

“Un buen relato huele, tiene textura, se puede ver aunque no tenga un soporte visual, se puede oír aunque sea mudo y esté trufado de sabores” (Nuñez, 2007:28).

### ¿Cómo contar historias que cautivan?

El Storytelling también le resulta muy positivo a oradores como tú. Soltarás nervios y te emocionaras junto con tu público. Tomemos estos consejos de Hamilton y Weiss:

- Cambiar la voz de muchas maneras distintas, o lo que es lo mismo: poner expresión a la voz. Es importante hablar lo suficientemente fuerte, claro y despacio para que la audiencia pueda entender el relato. El storyteller debe cambiar el volumen, la velocidad y el tono de voz cuando sea adecuado, así como poner diferentes voces a los personajes, enfatizar ciertas palabras e incluir pausas y silencios.
- Poner expresión al rostro.
- Utilizar gestos y movimientos corporales para ayudar a la audiencia a visualizar el relato en su mente lo más vívidamente posible.
- Evitar movimientos nerviosos o momentos incómodos.
- Establecer contacto visual con el público.
- Mantener la calma si se comete un error o se olvida algún detalle del relato.
- Tener un gran final para la historia.