

¿POR QUÉ HACER STORYTELLING DIGITAL?

Conoce sobre la importancia del storytelling digital y qué es lo que ofrece esta caja de herramientas

¿Por qué *storytelling*?

Todos tenemos el poder de contar historias: las propias y las de nuestras comunidades. Ellas nos brindan la capacidad de construir vínculos y generar empatía entre los distintos grupos, de empujar a las personas hacia la acción, a que se mantengan involucradas. Las historias nos tocan el corazón y nos permiten acercarnos a los hechos más allá de los titulares o los datos duros: ellas transforman lo que nos sucede en algo que permanece.

Hoy, más que nunca, la crisis climática necesita de narradores y narradoras en todo el mundo que comuniquen sus realidades, victorias y esperanzas. Si podemos inspirar a nuestras comunidades a observar, escuchar, participar a conciencia y documentar lo que las rodea, lograremos que cada vez más personas estén involucradas para exigir el cambio que necesitamos para salir adelante.

La historia de la crisis climática no es una sola. Nos afecta a todos y todas y de formas diversas. Por eso necesitamos que más voces alrededor del mundo comuniquen sus realidades y experiencias para comprender y trascender la emergencia que nos toca afrontar.

Necesitamos de muchas ideas y perspectivas. En la multiplicidad está la riqueza. Si queremos crear acciones que prosperen y sean significativas para el clima, debemos contar historias diversas y completas; no solo enfocarnos en desastres y movilizaciones, sino también en la resiliencia y en los pequeños o grandes actos de valor cotidianos que nos inspiran.





Tipos de storytelling digital

El storytelling, o contar historias, de manera digital adopta muchas formas.

- 1 **Relato personal:** Compartir tus propias experiencias y aprendizajes.
- 2 **Relato de campaña:** Compartir las historias detrás de una campaña sobre alguna problemática específica y por qué es importante para ti.
- 3 **Informe digital:** Documentar un evento o una acción específica mediante herramientas digitales y comunicaciones con un público digital.
- 4 **Relato comunitario:** ayudar a compartir una historia colectiva de un grupo de personas.

Esperamos que estas herramientas te ayuden a mejorar tus habilidades para contar cualquier tipo de historia digital. Sin embargo, nos centraremos principalmente en las 3 primeras.

¿Qué ofrece esta caja de herramientas?

Con estas herramientas, te ayudaremos para:

- Aprender a encontrar tu historia. ¿Qué es lo que quieres contar?
- 📱 Decidir qué herramientas digitales debes usar y cómo usarlas.
Potenciar los formatos de texto, fotos y videos.
- 🎥 Aprender lo básico de edición de imagen y video.
- 🔗 Compartir tu historia de forma estratégica una vez que esté terminada.

Qué necesitas

Por suerte, gracias al crecimiento de determinadas herramientas digitales como los teléfonos inteligentes, hoy es más fácil que nunca contar historias.

Para ser un narrador digital no necesitas una cámara o una computadora costosas. Los trucos y tácticas que compartiremos los puede aplicar cualquier persona con un teléfono inteligente y un plan de datos. Aunque siempre es posible utilizar cualquier otra herramienta a tu alcance.



ENCUENTRA TU HISTORIA

Antes de elegir una herramienta digital, tómate un tiempo para enfocarte en tu historia y lo que quieres contar.

Tu historia importa

Para crear un movimiento climático activo se necesitará más que a un par de oradores famosos que compartan sus ideas e impulsen el cambio. Se necesitará que personas de todas partes del mundo digan lo

que piensan y le hablen directamente a sus comunidades. Nadie conoce a tu comunidad como tú. TÚ puedes ser quien movilice a tu comunidad y la sume al movimiento por la justicia climática.



La estructura de una historia

El modelo que seguimos es el que creó Marshall Ganz, un profesor de Harvard que colaboró con muchas personas para ayudarles a fortalecer su rol de organizadoras por el cambio. Él usa el término "narrativa pública" para describir ideas en torno a los relatos y el cambio social.

*Ganz dice: "una buena historia pública se construye a partir de una serie de puntos de decisión, que estructuran la 'trama' de tu vida: los **desafíos** que afrontaste, **las decisiones** que tomaste y **los resultados que viviste**".*

Una buena historia pública se puede dividir en 3 elementos:

- 1** Una historia del **yo**: por qué fuiste llamado a hacer lo que haces.
- 2** Una historia de **nosotros**: lo que tu comunidad u organización fue llamada a hacer; sus objetivos, metas y visión común.
- 3** Una historia del **ahora**: el desafío que enfrenta esta comunidad actualmente, las decisiones que debe tomar y la esperanza a la que "nosotros" podemos aspirar.

Al unir todas estas diferentes piezas, puedes contar eficazmente numerosas historias y lograr que mucha gente se involucre.

Para comenzar a armar tu propia narrativa pública, imagina que estás de pie frente a un público, animando a la gente a que se una a ti en la importante labor que realizas.



1 La historia del yo

Aquí hay un ejercicio que puedes hacer. Tómate un tiempo para sentarte y pensar acerca de tu propio recorrido.

DIBUJA

- 1 Toma una hoja de papel grande y algunos bolígrafos, marcadores o lápices.
- 2 Ajusta tu cronómetro para 15 minutos.
- 3 Dibuja en el papel el recorrido de tu vida que te ha llevado al punto en el que te encuentras ahora.
- 4 De nuevo, piensa en los desafíos, las decisiones y los resultados específicos que te llevaron a donde estás ahora. ¿Quiénes han sido tus influencias?

Algunas personas lo dibujan como un río, otras como un mapa. La forma que tú quieras darle estará bien.



Recuerda:

si bien crear una historia del yo, del nosotros y del ahora es una experiencia enriquecedora, también puede resultar un proceso intenso a nivel emocional. Revisa si estás listo para esto. También podría ser útil encontrar un amigo que te ayude. Una cosa más que no debes olvidar es que esto cambiará a lo largo de tu vida. Es una obra en construcción.



ESCRIBE

- 1 Aléjate y mira tu mapa. ¿Cuáles son algunos de los patrones y temas que ves?
- 2 Escribe 3 oraciones que resuman las decisiones clave que has tomado y que te han llevado a donde estás.

2

La historia del ahora

Ahora, tómate un tiempo para pensar cuál es el desafío más urgente que intentas superar y por qué es importante en este momento clave. ¿Qué pueden hacer las personas para solucionarlo?

DIBUJA

- 1 Toma otra hoja de papel. Ajusta el cronómetro en 10 minutos.
- 2 Dibuja una imagen de tu comunidad.
- 3 Ahora piensa en todas las palabras que podrías usar para describirles y anótalas. ¿Cuál es el denominador común que les une?

ESCRIBE

- 1 Dedícate unos minutos a mirar tu dibujo y las palabras. ¿Qué encuentras que se destaca?
- 2 Escribe 2 oraciones sobre las personas que quieres que se unan a tu labor. ¿Quiénes son? ¿Qué es lo que valoran?

3

La historia del ahora

Ahora, tómate un tiempo para pensar cuál es el desafío más urgente que intentas superar y por qué es importante en este momento clave. ¿Qué pueden hacer las personas para solucionarlo?

DIBUJA

- 1 Toma otra hoja de papel. Ajusta el cronómetro en 10 minutos.
- 2 Cierra los ojos e imagina el futuro. ¿Cómo podría ser si todos trabajamos juntos? ¿Qué podría ocurrir si logras los resultados que esperabas en tu campaña?
- 3 Ahora dibújalo.

ESCRIBE

- 1 Da un paso atrás y piensa.
- 2 Escribe 2 oraciones. ¿Cuál es la acción más urgente que deseas que la gente lleve a cabo? ¿Por qué ahora?





Uniéndolo todo

Ya tienes un esquema para tu historia del yo, del nosotros y del ahora.

- Une todas las oraciones. Puedes rehacer todo lo que creas necesario. Lee el párrafo y luego léeselo a un amigo.
- Encuentra una imagen que sientas que representa tu historia. Idealmente una que tú hayas dibujado o fotografiado.

Allí lo tienes: el comienzo de tu propia narrativa pública.

¿Y ahora qué?

Usar una narrativa pública y estas herramientas puede ayudarte de muchas maneras. Según qué historia armes, recuerda tomarte el tiempo para reflexionar sobre lo siguiente:

- Las decisiones y los desafíos que crearon un momento.
- Los valores que tienen las personas.
- Las acciones que se pueden llevar a cabo.
- El motivo de la urgencia colectiva.
- La visión de a dónde quieres llegar.



COMIENZA A CREAR

Explora las bases del *storytelling* digital, con énfasis en el texto, las fotos y los videos.

Crea un esquema

En el último módulo, recorriste algunos de los elementos que hacen a una buena historia y reflexionaste sobre cómo te relacionas desde lo personal con una problemática.

Antes de continuar, tomáte unos minutos para apuntar tus planes en un esquema. Proyecta tus ideas y lo que quieres contar.

Piensa también en lo siguiente:

- **Quiénes quieres que vean tu historia y por qué?**
- **¿Qué quieres que haga la gente después de ver tu historia?**

Elige tu medio

Existen muchos modos de contar una historia en línea. Para esta capacitación, nos centraremos en texto, fotos y videos. Estos son los elementos básicos.

Necesitas elegir qué herramienta usar:

Piensa en tu público: ¿a quiénes quieres llegar? ¿Cuál sería la forma más efectiva de atraer su atención? ¿Cuánto ancho de banda de internet tienen?

Piensa en tu capacidad, habilidades y tecnología: ¿a qué tienes acceso? ¿Cuánto tiempo tienes? ¿Qué te resulta más cómodo emplear?

Recuerda: no necesitas equipos caros para ser eficaz, sino tan solo un poco de creatividad.



Consejos para crear



ESCRITURA

Escribir artículos o blogs puede ser una excelente manera de comunicar historias a un público mayor. Aquí tienes algunas sugerencias:

- ¿Qué tanto sabe ya tu público sobre el tema? Piensa en cómo puedes explicar las problemáticas para que más personas las puedan entender. Puede ayudarte contarle en voz alta a alguien y explicarle tu idea antes de comenzar a escribir.
- Comienza con un gancho: ¿tienes alguna anécdota o dato que sean poderosos y puedan ayudarte a enganchar a las personas a la historia? El primer párrafo es muy importante.
- Usa la voz "activa". En una oración en voz activa, el sujeto de la oración realiza la acción. En una oración en voz pasiva, el sujeto solo recibe la acción.
- Sé descriptivo, pero también breve y conciso. A menudo, las oraciones cortas son las más poderosas.





Consejos para crear



FOTOS Y VIDEOS

Consejos para fotos:

Iluminación: debes saber dónde están las fuentes de luz. Encuentra la mejor iluminación en donde haya el menor número de sombras.

Ángulo: ¿cómo cambia la atmósfera de la foto el lugar donde estás? Muévete. Toma fotos desde lejos, a una distancia media y de cerca. Muévete hacia arriba y hacia abajo.

Mensaje: ¿cuál es la historia que quieres contar? ¿Cómo la presentarás?

Asegúrate de que algunos de los elementos de tu mensaje también puedan verse. ¿Hay algún cartel de campaña que quieras que se vea? ¿Cuál es la energía y el sentimiento que las personas transmiten en la foto?

Fondo: ten en cuenta lo que está detrás de la imagen. ¿De qué forma contribuye a la historia? ¿Distrae? ¿Qué más puede comunicar sobre la historia?

Quando grabes videos, es bueno recordar todo lo anterior, y además:

Estabilidad: asegúrate de estabilizar tu cámara. Puedes crear un trípode o soporte con objetos que tengas a la mano. Intenta mantener las tomas durante al menos 5 segundos.

Audio: obtener una buena calidad de audio es vital. Acércate a quien estés entrevistando. Intenta alejarte de ruidos que distraigan. Consigue un micrófono si puedes. Si el audio no es bueno, podrías hacer un doblaje o agregar subtítulos cuando lo edites.



COSAS IMPORTANTES QUE DEBES RECORDAR

- Dedicar tiempo a crear un vínculo con las personas antes de fotografiarlas o entrevistarlas. ¡Las relaciones son importantes!
- El consentimiento es importante. Asegúrate de que las personas que participen en tu historia sepan qué harás con el contenido, de que se sientan cómodas y de que te den su consentimiento.
- Para las entrevistas, recuerda hacer preguntas abiertas. Es decir, preguntas que no puedan responderse solo con "sí" o "no".



OTRAS IDEAS CREATIVAS

Existen otras maneras de contar historias:

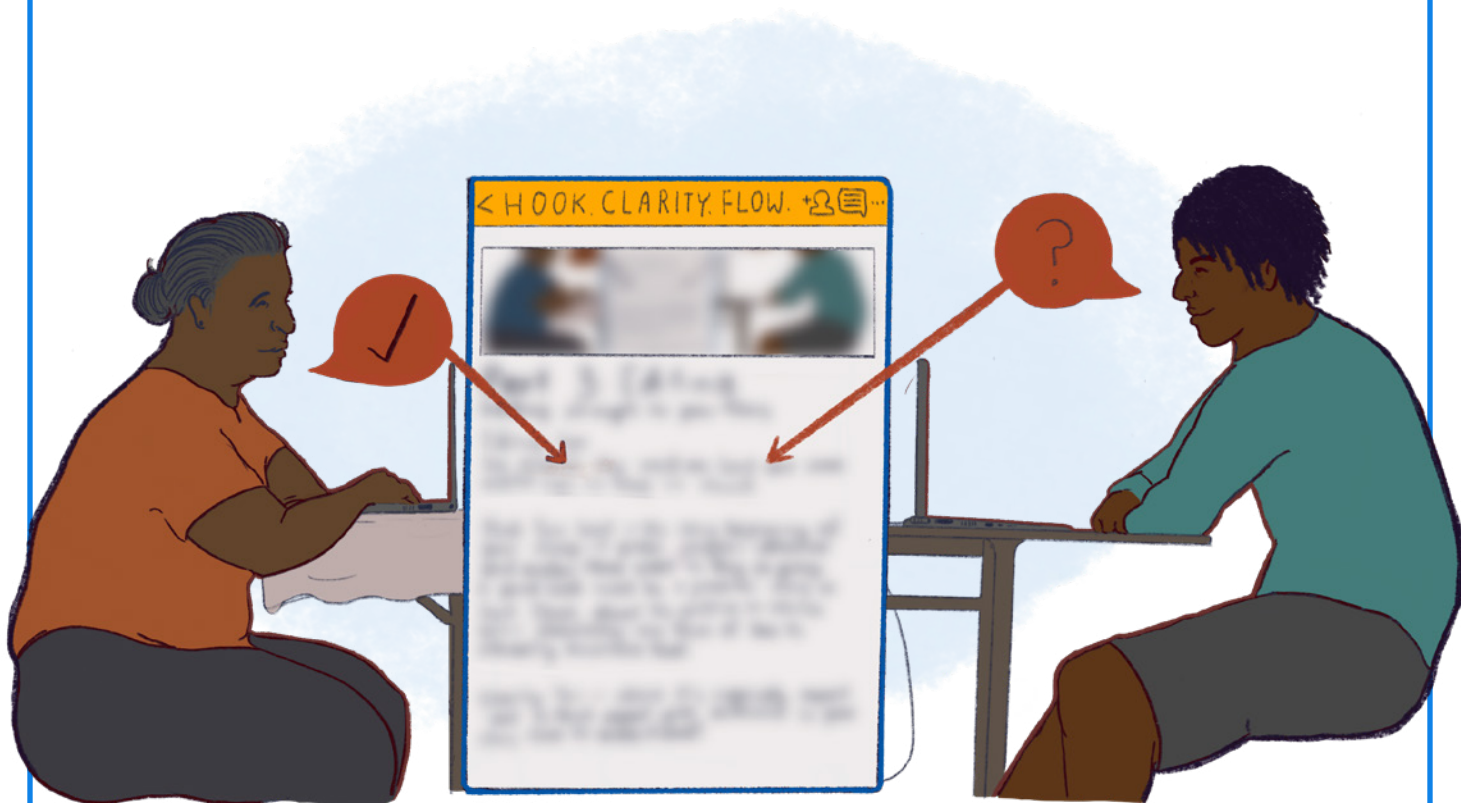
Usa objetos: los objetos pueden ser una manera genial de comunicar una historia. Elige un tema, puede ser algo tan pequeño como un artículo de joyería o ropa, o algo tan grande como un río. Explica un problema a través de varios elementos.

Mensajes de texto y textos cortos: puedes hacer que la gente se involucre también a través de mensajes de texto. Esto, además, sirve para comunidades con teléfonos celulares más antiguos. Puedes trabajar con las comunidades para enviar novedades e historias breves por mensaje de texto.

Marionetas o animaciones: puedes tomar las historias y transformarlas en un espectáculo de títeres o crear una animación.

Obras y actuaciones: también puedes usar historias y relatos orales, y transformarlos en obras o actuaciones públicas. Esta es una excelente manera de proteger la identidad de quienes participan y, a la vez, de interactuar con el público.

Podcasts o audio-documentales: el audio es una herramienta poderosa. Usando tu creatividad, puedes generar historias poderosas y muy profundas.



EDICIÓN

Dale fuerza a tu historia para que sea clara e interesante.

Después de que hayas terminado el primer borrador de tu historia, dedica tiempo a editarla para darle todavía más fuerza.

Consejos de edición

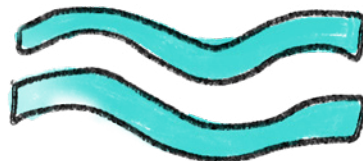
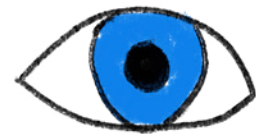
Sin importar el medio que utilices, aquí hay algunas cosas útiles para que tengas en mente:

Gancho: el gancho es el mismísimo comienzo de tu historia, capta la atención de las personas y las hace querer seguirla. Un buen gancho podría ser una historia o un hecho que sean poderosos. Piensa en el problema o la solución que estás mostrando, ahora piensa cómo mostrar eso mismo pero de un modo dinámico.

Claridad: aquí es donde es en verdad importante pensar en tu público. ¿Tu historia se entiende con claridad? Por ejemplo: si intentas dirigirte a personas jóvenes de todo el mundo, pero utilizas información muy técnica o especializada, ¿entenderán qué sucede? Evita usar demasiados acrónimos o lenguaje técnico.

Fluidez: ¿tu historia fluye bien entre sus diversas partes? ¿Las personas pueden seguir fácilmente el hilo de la historia? Piensa en las diferentes partes de tu historia como un camino de piedras, ¿cómo podrán las personas saltar sin dificultad de una piedra a otra?

Encuentra un amigo o un mentor: es muy difícil crear, uno solo, una historia poderosa. Pide a un amigo o alguien cuya opinión respetes que le dé un vistazo. ¡No temas a sus comentarios!





Escritura

Existen por ahí muchas guías sobre cómo convertirse en un buen escritor. Aquí tienes algunos consejos que queremos destacar:

Leer en voz alta: un truco muy sencillo es leer tu historia en voz alta. Esto puede ayudarte a detectar los errores más comunes.

Simplificar: a pesar de lo que muchos creen, las palabras complicadas no hacen a un buen escritor. A veces, las mejores oraciones son aquellas breves y concisas. Repasa tu historia y deshazte de cualquier palabra o cualquier párrafo que no te parezca necesario. ¿Algunas oraciones son demasiado largas? ¡Divídelas!

Voz activa: escribir bien se trata de emplear la voz activa, y no la pasiva. Si se usa la voz activa, queda claro quién realiza la acción. En especial con el cambio climático, queremos asegurarnos de identificar quién es responsable.

Por ejemplo:

Voz activa: Las compañías de combustibles fósiles contaminaron la atmósfera.

Voz pasiva: La atmósfera fue contaminada.

Continuidad en tiempos verbales y voz: ¿quién cuenta la historia? ¿La cuentas desde tu perspectiva (primera persona, "yo/nosotros") o desde una perspectiva más amplia (tercera persona, "él/ella")? ¿La cuentas en tiempo pasado, presente o futuro? Asegúrate de mantenerlo durante toda la historia.

Fotos

Aquí tienes algunos consejos rápidos para ayudarte a editar tus fotos. Claro que hay excelentes cursos en línea que entran en más detalles, pero si no dispones de mucho tiempo, comienza por aquí.

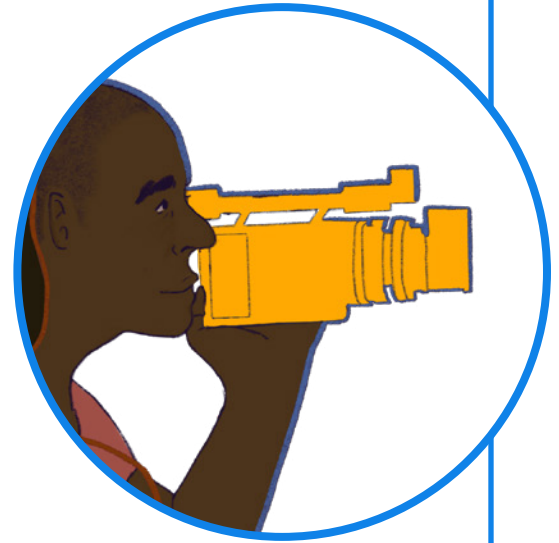
Brillo: alterar el brillo o la exposición de una foto realmente puede cambiarla (pero no la hagas demasiado brillante).

Contraste/iluminaciones: ajustar el contraste y las iluminaciones en verdad ayuda a destacar las partes importantes de tu foto.

Recorte: no siempre necesitas todo lo que aparece en tu foto original. Está bien recortarla para destacar lo que es más importante.

Ayuda tener una fotografía en alta resolución desde el comienzo.





Videos

Editar videos puede resultar bastante complicado. Dependerá de ti cuánto quieras avanzar. ¿Quieres dejar tu video con muy poca edición o quieres que tenga muchos efectos y transiciones? Aquí hay algunos pasos que te ayudarán:

Elige tu herramienta: hay muchas opciones diferentes disponibles para editar videos, desde muy simples a muy complejas. Elige una herramienta con la que te sientas cómodo. Más abajo encontrarás una lista de aplicaciones sugeridas.

Guión gráfico y selección de video: el corazón de tu video es tu historia. Diseña el flujo de tu video antes de comenzar a editar.

Revisa todo tu material y decide qué secciones son las más dinámicas y emocionantes.

Texto y gráficos: decide qué textos y gráficos quieres incorporar. Pueden ser tan simples o complejos como quieras.

Transiciones: ¿cómo quieres pasar de una escena a otra? TikTok está ayudando a que las personas se familiaricen con crear buenas transiciones de video, especialmente empleando el cuerpo u objetos. También puedes emplear diferentes herramientas de transición en tu aplicación de edición de videos.

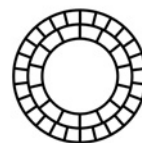
Música: una buena música de fondo a menudo ayuda a que las personas se conecten con las emociones de un video. Muchas aplicaciones de edición de video vienen con música gratuita que puedes usar. Elige alguna agradable que se ajuste al tono de tu video, pero no dejes que la música predomine sobre tu video.

Aplicaciones sugeridas

Photo



snapseed



VSCO



Adobe Lightroom



Video



Adobe Spark Video



Animoto



Adobe Premiere Rush



KineMaster



iMovie



Adobe Premiere



PUBLICA Y COMPARTE

Cómo hacer que tu historia salga a la luz.

Ya has creado algunas historias poderosas, pero todavía no has terminado. No te olvides de la distribución y de cómo harás para difundirlas y que las personas las vean.

Prepárate

Asegúrate de darle un último vistazo a tu historia.

Algunas cosas importantes que debes considerar:


- ¿Quién quieres que vea esta historia? (Sé lo más específico posible).
- ¿De dónde sacan su información? Por ejemplo: si intentas llegar a gente joven, ¿ellos se informan en Instagram o en blogs? ¿Existen cuentas o sitios web específicos que visitan?
- ¿Qué quieres que haga la gente después de ver tu historia? ¿Tienes algún llamado a la acción?
- ¿En dónde quieres alojar tu historia? Tal vez en una plataforma de blog como Medium o en otro sitio web, ¿o directamente en redes sociales?

Consejos para redes sociales

Las redes sociales son un medio gratuito para compartir nuestras propias historias en línea. Ya no debemos esperar a que los periodistas y los sitios de noticias hagan eco de nuestra historia.

Sin embargo, como hay demasiado contenido en las redes sociales, también debemos ser estratégicos en la forma de compartir y publicar. **En las redes sociales tan solo tienes una milésima de segundo para captar la atención de las personas**, así que muy pocas cosas son realmente importantes. Debes cautivar a las personas desde el principio. Céntrate más que nada en lo siguiente:

- Imagen o miniatura
- Titular o título
- Comparte texto

Estas plataformas cambian todo el tiempo, en 350.org recopilamos con frecuencia aprendizajes sobre lo que funciona y lo que no. [Puedes encontrar el documento aquí](#) .



Corre la voz

Publicar en las redes sociales es el primer paso. Para garantizar que tu historia se comparta en muchas partes, utiliza tu red de seguidores, aliados y amigos con el fin de que te ayuden a correr la voz. La idea es asegurarte que tu historia cause impacto.

Aquí tienes algunos consejos:

- ¿Quiénes son tus socios y aliados? ¿Se trata de periodistas, las ONG, los influencers de redes sociales, las comunidades u otros medios de comunicación?

Envíales un mensaje personal y pídeles que compartan tu historia. Tus vínculos son una de las mejores maneras de ayudar a que la gente vea tu historia.

- ¿Tienes objetivos de campaña a los que intentas llegar? ¿Cómo puedes asegurarte de que los políticos, las empresas u otros públicos objetivo vean estas historias?

Podrías compartir tu historia con ellos a través de un correo electrónico o hacer que muchas personas se involucren y lleven a cabo algo como una tormenta de tweets.

Además, ¡es importante que sigas probando cosas nuevas! Si algo no funciona, ponle creatividad y piensa en alguna forma distinta.

→ Por favor, ¡también comparte con nosotros todas las historias que crees! Puedes contactar al equipo de 350.org en nuestras redes sociales. Etiquétanos en tu contenido y envíanos un MD.

INVOLÚCRATE

Encuentra más maneras de usar el *storytelling* a favor del cambio social.

Si no sabes bien por dónde empezar a involucrarte en el movimiento climático, pero sí sabes que quieres utilizar tus habilidades para ayudar, aquí tienes algunas sugerencias:

- 1 **Encuentra un grupo local cerca de ti:** somos mucho más fuertes cuando trabajamos juntos. Investiga y ve qué redes por el clima ya existen donde vives. Puedes revisar el mapa en 350.org/es.
- 2 **Descubre más capacitaciones:** si quieres aprender más sobre el activismo climático, la ciencia climática u otros temas, tenemos capacitaciones y otros recursos geniales en es.trainings.350.org
- 3 **Haz arte:** no te centres solo en lo digital. Si quieres hacer arte para apoyar al movimiento climático, encontrarás excelentes herramientas y guías en art.350.org