



Storytelling.

Director: Patricio García

Profesor: Sergio Bravo, CEO Psycobranding y Stoneball Videojuegos Studio.

Explicación:

Desde las cavernas los humanos se comunican a través de historias, e inclusive en esta era tecnológica nuestros primeros pasos de nuestras vidas se dan con cuentos, ya sean historias para dormir o para aprender; te preguntaste ¿por qué será? Por algo muy específico y psicológico que verás en el curso.

¿Creés que por las redes sociales o tecnología la cabeza del humano ha evolucionado significativamente? ¿Creés que por qué usamos emojis en chats, el lenguaje morirá y la forma de comunicarse? **¡Si pensás así estás mal!**

No somos más que **seres emocionales** comunicándonos y que más que las historias para emocionarnos. **Storytelling** es el arma más eficaz para romper la rutina de las personas y los miles de mensajes que recibe a diario para que tu marca pueda ser recordada y el mensaje asimilado mejor.

Es por eso que últimamente esta área se ha retomado para temas más allá de los de comunicación como lo son los comerciales, ventas, organizativos, etc.; y hasta para el presentaciones (Jeff Bezos el líder de Amazon, la empresa más grande del mundo, en sus reuniones gerenciales ha cambiado el maldito Powerpoint por ensayos escritos de 2 hojas máximo para todos sus directivos, es decir hasta en la parte empresarial el **Storytelling** es una herramienta para ejecutar mejores decisiones.

Temario Generales:

1. Introducción: del slogan al Storytelling. El arte de la narración y el poder de las palabras.
2. Metáforas de la vida cotidiana.
3. La eficacia de la retórica.
4. La pragmática del lenguaje. El lenguaje como recurso persuasivo.

5. Aterrizar los Insights del Planner. Creación de slogan y claim. La redacción creativa de titular y cuerpo.
6. El argumentario específico de la comunicación publicitaria.
7. El lenguaje escrito y su dimensión gráfica/espacial. La tipografía como recurso gráfico en la redacción publicitaria.
8. Ejercicios.

Para:

- Creativos
- Redactores
- Diseñadores que quieran empezar a hacer ideas
- Brand Managers
- Estrategas o Planners
- Communities o Content Managers
- Directores Creativos
- Supervisores Creativos o de Redes
- Vendedores