Highligth

STORYTELLING EN LA PUBLICIDAD

Contar historias para vender una marca o producto

RECO-MENDA-DOS

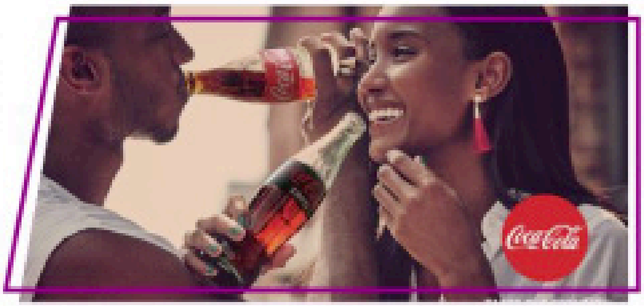
Por: Marisol Jordán Tróchez
Docente FCP
Facultad de Comunicación y Publicidad

Desde el tiempo de las cavernas los seres humanos cuentan historias; cuando aún no existía el acto verbal, el hombre se comunicaba con los jeroglíficos que ilustraban algún relato. La narración, a través de diferentes manifestaciones como el cuento, la lírica, la leyenda, el chisme, los cantos, el comadreo y las imágenes, ha cumplido un papel fundamental en el desarrollo de la sociedad. No sólo por la labor de informar, sino porque ayuda a la movilización y a construir opinión. Según Nietzsche, "las historias hacen que la vida esté bañada por una luz que intensifica su significado e importancia". (Sadowsky, 2011)

Entre todos los tipos de discurso, el narrativo es el más exitoso a la hora de cautivar el público; expone hechos reales o ficticios a través de una trama y un argumento, aporta una intriga y una tensión que despierta emociones en el público receptor. En definitiva, como dice Jean Paul Sartre, "Un hombre es siempre un narrador de historias. Vive rodeado de sus historias y de las historias de los otros, él ve todo lo que sucede a través de las historias y trata de vivir su vida como si se la contaran". (Ibid.)

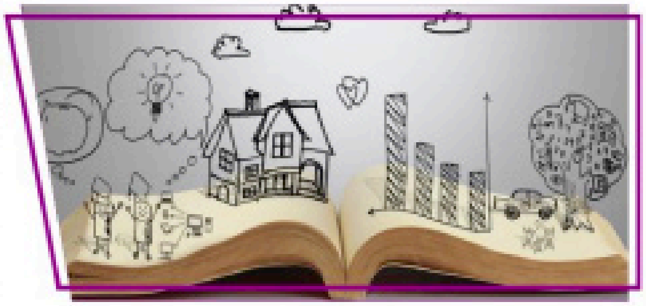
La publicidad es la disciplina que utiliza la comunicación para incrementar el consumo de productos y servicios, también para posicionar marcas o para mejorar la imagen de algo. Esto lo realiza a través de campañas publicitarias que se difunden por los medios masivos, tratando de persuadir al consumidor. Una de las formas más comunes en la publicidad para influenciar al público es tocar la fibra sensible de las emociones.

Es en este punto donde la publicidad acude a la mágica función del discurso narrativo, para presentar una pieza comunicativa que sea de efectiva recepción en la audiencia.



El Storytelling –narración– es contar historias y bajo este principio ha existido desde tiempos milenarios. Actualmente, se aplica al marketing con el propósito de contar una historia relacionada con la organización, el producto o el servicio, de forma que genere conexión emocional con los clientes.

Es una forma novedosa que acoge la publicidad para salirse del acartonamiento y la frialdad con los que se acostumbraba a hablar en el mundo de los negocios, para lograr mayor empatía con el receptor. Como estrategia publicitaria, el Storytelling ayuda a generar confianza, pues las historias cuentan la realidad de una manera diferente y dan a conocer aspectos desconocidos que generan seguridad. Facilita la recordación, porque las narraciones se estructuran a manera de secuencia con un flujo de hechos que hace que sea más fácil de memorizar.



La publicidad emitida por medio de una estrategia de Storytelling es más fácil de contar y genera un voz a voz entre las personas. También la espectacularidad de la historia brinda un buen contexto para la presentación de datos, que sean entendidos. De esta manera, se crea la mayor conexión posible con la audiencia.

https://books.google.com.co/books?id=[illegible]