



DIPLOMADO EN

# COMMUNITY MANAGEMENT

Mención en: UX Writing e Influencia Digital

## Programación

### MÓDULO 2 ◀

Storytelling Avanzado  
Potenciado por IA

Académicas /  
Módulo

**30h**

Clases por :



## 1. DATOS INFORMATIVOS

### MÓDULO 2– Storytelling Avanzado Potenciado por IA

**Docente: Rômulo Lopes Torres**

## 2. DATOS INFORMATIVOS

Aprender, desarrollar y poner en práctica habilidades y competencias narrativas para generar historias y aplicarlas a las más distintas aplicaciones, desde la vida personal hasta los negocios.

## 3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Estudiar modelos de guiones narrativos para diferentes aplicaciones.
- Conocer los elementos necesarios para la creación de narrativas.
- Estudiar y discutir casos de aplicación de técnicas de storytelling en diferentes formatos y diferentes ramas.
- Crear una narrativa y presentarla utilizando las técnicas trabajadas en aula.

## 4. JUSTIFICACIÓN

En el dilema entre tiempo y dinero, es la atención la que gana como el bien más valioso en la actualidad. Para alcanzar esta commodity tan preciada en la comunicación, necesitamos presentar narrativas convincentes que aporten sentido a hechos, datos, tablas y números. Sin embargo, las personas no buscan simplemente más historias, sino las mejores y más emocionantes historias. Por lo tanto, cuando hablamos de Storytelling, nos referimos a incrementar el valor de las historias, no a aumentar el volumen de narrativas.

Aprender cómo retener la atención de tu público con técnicas de Storytelling aplicadas a diversas ramas es clave, ya que esto permitirá compartir conocimientos entre colaboradores, educar a los consumidores sobre los beneficios de productos o servicios a través de buenas historias, y además, generar conexiones auténticas entre colaboradores y consumidores para crear comunidades de fans de una marca.



Este curso ofrece la oportunidad de conocer e interactuar con las técnicas de Storytelling más aplicadas en áreas como el periodismo, la política, el turismo, el diseño, el entretenimiento, y el mundo de los negocios (multinacionales, empresas B2B, startups) y mucho más.

STORYTELLING AVANZADO, organizado por Letrada Academy – Brasil, está dirigido a quienes deseen profundizar en los nuevos paradigmas de la comunicación y comprender mejor las herramientas y la lógica detrás de la producción de contenido para empresas, marcas y personas.

## 5. CONTENIDOS DEL CURSO

Clase	Horas	Tema	Subtema	Detalle de Actividades	Aprendizaje y Evaluación
1	2h	Presentación del curso	Introducción El lugar de las Historias Algunos conceptos	Presentación y contextualización Discusiones teóricas con el grande grupo	Crear una línea del tiempo visual que represente el lugar de las historias a lo largo del tiempo, destacando los conceptos clave discutidos en clase. Los estudiantes pueden utilizar herramientas como Canva o Prezi.
2	2h	Introducción al Storytelling	Historias VS Productos de Historias Respetando nuestra naturaleza Historias Salvadoras	Discusiones teóricas Vocabulario del Storytelling	Leer el artículo "The Science of Storytelling: Why Telling a Story is the Most Powerful Way to Activate Our Brains" y presentar sobre cómo las historias afectan nuestro cerebro. Discutir en clase las ideas principales.



<b>3</b>	<b>2h</b>	Introducción al Storytelling	Objetivos de las Historias	TAREA 1 – discusión - Cuadro comparativo historias en el pasado VS historias en el presente	Contestar la tarea 'Respetando nuestra naturaleza' y presentar al grande grupo.
<b>4</b>	<b>2h</b>	Introducción al Storytelling	Ética en Storytelling	TAREA 1 – discusión Discusiones con el grande grupo	Contestar la tarea 'Respetando nuestra naturaleza' y presentar al grande grupo. (continuación) Leer los artículos sobre marcas que han tenidos problemas con sus narrativas. Leer el artículo "The Ethics of Storytelling" y presentar sobre cómo los principios éticos pueden influir en el storytelling.
<b>5</b>	<b>2h</b>	Storytelling en la práctica: Organizando nuestra historia	Mensaje Principal Protagonista Impactos en la vida del protagonista	TAREA 2 – discusión Discusiones Teóricas Análisis piezas Disney Pixar	Contestar la tarea 'Mensaje claro' y presentar al grande grupo.
<b>6</b>	<b>2h</b>	Storytelling en la Práctica: Organizando nuestra Historia	Tipos de Historias Historias de Orígenes: objetivos/ protagonistas/ entretenimiento	TAREA 2 – discusión Discusiones teóricas.	Contestar la tarea 'Mensaje claro' y presentar al grande grupo. (continuación) Crear un guion para una Historia de Orígenes utilizando los principios discutidos en clase.

Todos los derechos reservados © Letrada Academy 2024.



<b>7</b>	<b>2h</b>	Storytelling en la Práctica: Organizando nuestra Historia	Historias de Orígenes Estudio de guiones: MODELO 'PIXAR'	TAREA 2 – discusión. – Discusiones teóricas. Análisis de piezas: J&B/ CUSI.	Contestar la tarea 'Mensaje claro' y presentar al grande grupo. (continuación) – Leer el artículo "The Pixar Storytelling Formula" y presentar sobre cómo aplicar el modelo Pixar en sus propias historias.
<b>8</b>	<b>2h</b>	Storytelling en la Práctica: Organizando nuestra Historia	Historias de Relación Marca – Usuario: objetivos/ protagonistas/ entretenimiento	TAREA 2 – discusión – Discusiones teóricas	Contestar la tarea 'Mensaje claro' y presentar al grande grupo. (continuación) Crear un guion para una historia de relación Marca Usuario utilizando los principios discutidos en clase.
<b>9</b>	<b>2h</b>	Storytelling en la Práctica: Organizando nuestra Historia STORYTELLING CON IA	Historias de Relación Marca – Usuario – Estudio de guiones: MODELO 'SB7 FRAME' – Potencia tus Historias con el Chat GPT	TAREA 2 – discusión. – Discusiones teóricas. – Análisis de piezas: IKEA/ Letrada.	Contestar la tarea 'Mensaje claro' y presentar al grande grupo. (continuación)
<b>10</b>	<b>2h</b>	Innovacion en Storytelling	Esencia comunicativa – ¡Atención! – STORYTELLING MAYÚSCULO: Elementos/ Goals	TAREA 2 – discusión – Discusiones teóricas	Contestar la tarea 'Mensaje claro' y presentar al grande grupo. (continuación)

Todos los derechos reservados © Letrada Academy 2024.



<b>11</b>	<b>2h</b>	Beneficios del Storytelling	Beneficios a la vida Beneficios específicos Beneficios corporativos	TAREA 2 – discusión – Discusiones teóricas	Contestar la tarea ‘Mensaje claro’ y presentar al grande grupo. (continuación)
<b>12</b>	<b>2h</b>	Storytelling Aplicado a los NEGOCIOS	Técnica ‘Caballo de Troya’ Análisis del estudio ‘Significant Objects’	TAREA 2 – discusión – Análisis del Estudio ‘Significant Objects’ (GLENN & WALKER, 2012) para discutir los puntos principales con el grande grupo	Contestar la tarea ‘Mensaje claro’ y presentar al grande grupo. (continuación) – Investigar sobre el proyecto ‘Significant Objects’ (GLENN & WALKER, 2012) para discutir los puntos principales con el grande grupo.
<b>13</b>	<b>2h</b>	TAREA FINAL	Clase final a donde vamos a explicar como debe ser hecha la tarea para poder subirla en la plataforma	Tarea final Práctica	Tarea Final Práctica
<b>14</b>	<b>4h Sincrónicas</b>	Masterclass en VIVO		Para interacción y temáticas de dudas	

Todos los derechos reservados © Letrada Academy 2024.



## 6. DIRIGIDO A:

Todos los profesionales que actúan con marcas y que estén interesados en participar de esa nueva fase de la Comunicación y del Marketing. Profesionales publicistas y del mercadeo, emprendedores, periodistas, productores de contenido y estudiantes. Comunicadores, profesores del área de la comunicación, gestores de contenidos, blogueros. Además de las personas que deseen profundizar en los nuevos paradigmas y comprender más sobre las herramientas y la lógica del contenido para marcas.

## 7. METODOLOGÍA

Para este Diplomado, adoptamos una **metodología de enseñanza 100% online y asincrónica**, diseñada para ofrecer flexibilidad y calidad en el aprendizaje, permitiendo a los estudiantes avanzar a su propio ritmo. Nuestro enfoque es progresista, humanista y socio-interaccional, con el objetivo de empoderar a los estudiantes en sus áreas de trabajo.

Cada módulo de nuestros programas está estructurado con rigor académico, brindando una formación en marketing digital respaldada por fuentes confiables y actualizadas. Revisamos y actualizamos nuestros contenidos mensualmente para asegurar que nuestros alumnos se mantengan al día con las últimas tendencias, incluyendo avances en inteligencia artificial y otras tecnologías clave.

Nuestro modelo **colaborativo y de análisis de situaciones contemporáneas** se implementa a través de foros y actividades interactivas dentro de la plataforma, donde los estudiantes pueden compartir sus conocimientos y experiencias, además de analizar casos reales, todo en un entorno completamente digital.

Creemos en el potencial de nuestros estudiantes y les ofrecemos un entorno virtual que promueve su desarrollo personal y profesional, proporcionándoles las herramientas necesarias para alcanzar sus metas de manera efectiva y significativa.

## 8. DURACIÓN

Cada módulo de nuestros cursos incluye **26 horas académicas asincrónicas y 4 horas de clases en vivo opcionales**, donde los estudiantes pueden participar para resolver dudas y profundizar en los temas tratados.

## 9. FECHA

Fechas definidas por cronograma

## 10. LUGAR

Utilizamos la plataforma EAD – Brasil: <https://letrada.eadplataforma.app/>



## 11. EVALUACIÓN

Cada modulo tendrá un trabajo final (practico) aplicado para evaluación.

**De asistencia:** etiquetar las clases como vistas / revisadas y cumplir con las tareas.

**De aprobación:** una nota igual o superior al 70% de promedio en el cumplimiento de las actividades finales.

## 12. EL CURSO INCLUYE:

Material digital para la realización de las lecturas y actividades del curso. Libros y e-books. Grabaciones de las sesiones disponibles ] en el entorno virtual de aprendizaje – plataforma Letrada. Además acceso liberado por un año desde inicio del curso.

## 13. BIBLIOGRAFIA

### Bibliografía básica:

- HARARI, Yuval Noah. 21 lecciones para el siglo XXI. Bogotá: Debate, 2018.
- LAMARRE, Guillaume. Storytelling como estrategia de comunicación. Editorial Gustavo Gili, 2019
- MATTHEWS, Ryan; WACKER, Watts. What's Your Story? Storytelling to Move Markets, Audiences, People, and Brands. New Jersey: Pearson Education, 2008.
- MILLER, Donald. Building a Storybrand: Clarify your message so costumers will listen. Nashville: HarperCollins Leadership; 2017. 193p.
- ORERO, Diana. Todo cuenta. Letrame, 2019.
- PALACIOS, Fernando & TERENCEZZO, Martha. O Guia Completo do Storytelling. Rio de Janeiro: Alta Books Editora, 2016.
- PINKER, Steven. La tabla rasa - La negación moderna de la naturaleza humana. Barcelona: Paidós, 2018.
- PUCHNER, Martin. El poder de las historias. Crítica, 2019.
- SALMON, Christian. La era del enfrentamiento. Del storytelling a la ausencia de relato. Península, 2020.
- VILARROYA, Óscar. Somos lo que nos contamos. Ariel, 2019.

### Bibliografía referencial:

- CHARREAU, Marion.; JOHNSON, Jenifer L. Piensa y comunica tus ideas con The Storyboard Method. Conecta, 2019.
- DANGEL, Stéphane. Storytelling práctico para mejorar tu comunicación. Madri: Amat Editorial, 2018.
- LUPTON, Ellen. El diseño como storytelling. Editorial Gustavo Gili, 2019.
- MILLER, Donald. Cómo construir un storyboard. Empresa Activa, 2018.
- PALACIOS, Fernando R. A Contextualização Criativa de Histórias Como Fator de Sucesso no Planejamento De Campanhas de Comunicação. Universidade de São Paulo (USP), 2007.
- SADOWSKY, John; ROCHE, Loích. Las siete reglas del Storytelling. Granica, 2014.
- TERENCEZZO, Martha. Comunicação, Consumo e Juventude. Deutschland: Novas Edições Acadêmicas, 2014.
- WOLF, Michael. The Entertainment Economy: How Mega-Media Forces Are Transforming Our Lives. Random House LLC. 2010.





### Lista de videos utilizados en el curso:

#### 1. Turismo:

1.1. All you need is Ecuador <https://www.youtube.com/watch?v=sqIKC6NHcDw>

1.2. Colombia Realismo Mágico <https://www.youtube.com/watch?v=0njQwj3GaE>

1.3. Perú 2032 <https://www.youtube.com/watch?v=42AXjcP-B2U>

#### 2. Periodismo:

2.1. The Guardian - Three little pigs <https://www.youtube.com/watch?v=ozbtDhvNqZM>

#### 3. Design/Diseño:

3.1. Stefan Sagmeister - You are not a storyteller <https://www.youtube.com/watch?v=UikIVlauINk>

3.2. Abstract - Art of design <https://www.youtube.com/watch?v=XUwBtIWDGP8>

#### 4. Política:

4.1. Ministro Obras Públicas de Bolivia - Thanos VS Avengers [https://www.youtube.com/watch?v=hZP5tez0W\\_c](https://www.youtube.com/watch?v=hZP5tez0W_c)

4.2. BuzzFeed - Things everybody does but does not talk about <https://www.youtube.com/watch?v=HtBhM2wo2BQ>

#### 5. Negocios:

##### 5.1. B2B

5.1.1. Epuron - Mr. W <https://www.youtube.com/watch?v=zYZs2nPdBuU>

##### 5.2. Acciones de Mkt

5.2.1. John Lewis Christmas advert 2018 ft Elton John <https://www.youtube.com/watch?v=DSheAPKV0EU>

5.2.2. Xfinity - A holiday reunion <https://www.youtube.com/watch?v=Pdgk3ERKdug>

5.2.3. P&G - Thank you Mama 2012 <https://www.youtube.com/watch?v=0ruHOaHrGnQ>

5.2.4. BMW - Serie The Hire - Ep. Star <https://www.youtube.com/watch?v=3CF0cYYcBso>

5.2.5. Prevent gun violence - Guns with history <https://www.youtube.com/watch?v=InAfWfF4TjM>

## 14. INSTRUCTOR RESPONSABLE

### Rômulo Lopes Torres – BRASIL

Storyteller profesional. Productor de contenidos para sitios web, e-commerces, portales, blogs y redes sociales. Redactor publicista. Editor de libros. Co-founder Letrada Communication – Brasil.

Licenciado en Letras – Lingüística, idiomas y literaturas – por la Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) – Porto Alegre/Brasil. Especialista en Formación y Gestión de la Educación a Distancia por la Universidade Paulista (UNIP) – São Paulo/Brasil. También pós-graduado en Gestión Ambiental – por la Universidade Paulista (UNIP).