

# Transmedia Storytelling



Descobreix com la teva marca té històries per explicar



Quina és la teva història?

## «Una història és la distància més pròxima entre dues persones»

- Professor de storytelling internacional en diferents escoles de negoci i postgraus de Barcelona, Madrid, Cuba, Colòmbia i els EUA.
- Brand Storytelling per a marques com Sanofi, Bayer, Mútua Asepeyo, Estrella Damm, American Express, Lavazza Nestlé, Royal Verd, Fira de Barcelona. Escola d'Esriptura Ateneu Barcelonès.
- Creador i director de [«Anticossos»](#) una docuserie dansada d'impacte social TV3 Catalunya, 2022





## **Part I**

- El poder de les històries - Introducció al relat de marca (storytelling).  
Estudi de casos.

## **Part II**

- Diagnòstic narratiu - Què explica la teva marca? En quins canals?

## **Part III**

- Cirurgia narrativa - Models d'històries - Construeix el relat de la teva marca.

## **Part IV**

- Adapta el missatge a diferents canals - Transforma la teva marca en un personatge.

**Storytelling Transmèdia**  
**Estratègia i tàctica**  
**Contingut + Canales**

# El poder de les històries

1

«El màrqueting ja no es tracta dels objectes i serveis que embenis si no de la històries amb les quals els relaciones».

Seth Godin

# POTSER LA PUBLICITAT MÉS ANTIGA DEL MÓN



Papir de Shem

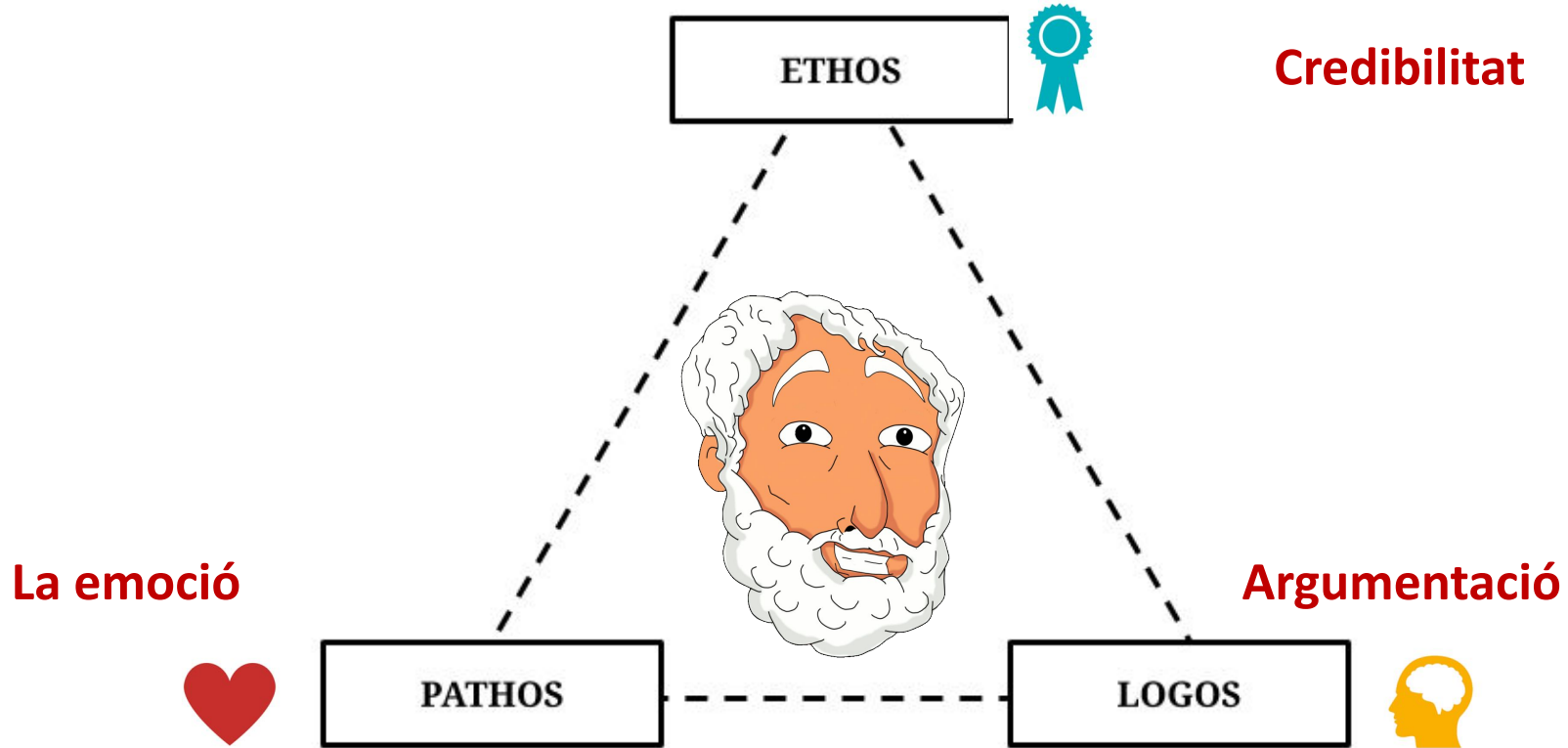
*“Havent fugit l'esclau Shem del seu patró Hapu, el teixidor, aquest convida a tots els bons ciutadans de Tebes a trobar-li.*

*És un hitita, de cinc peus d'alt (1.52 m), de robusta complexió i ulls castanys.*

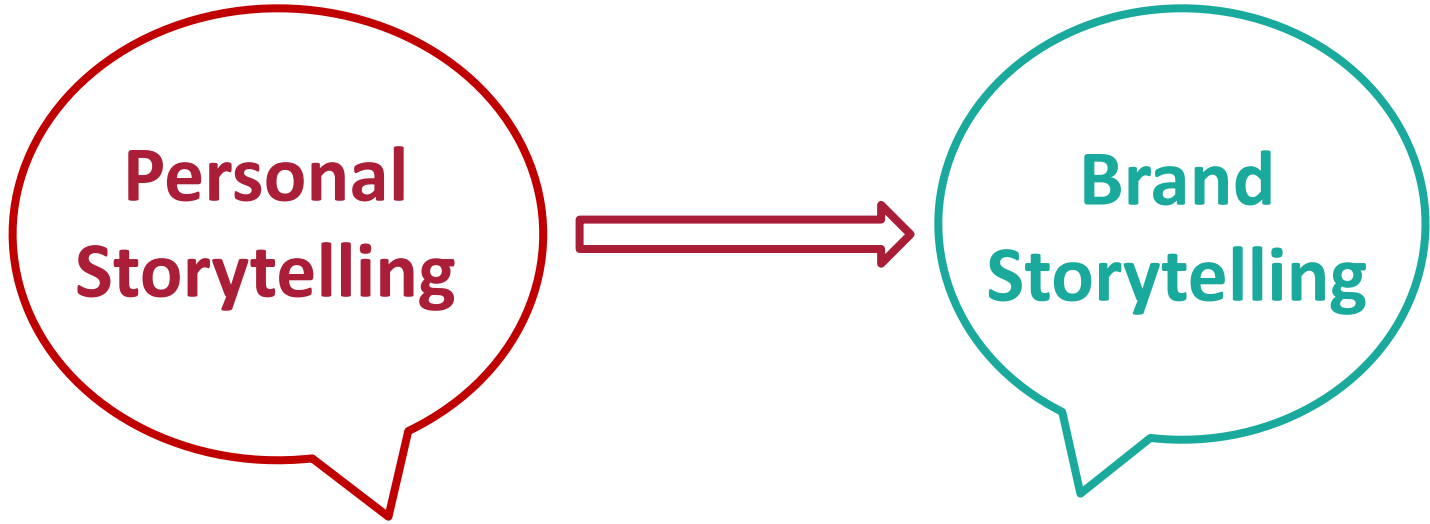
*S'ofereix mitja peça d'or a qui doni informació sobre el seu parador. A qui ho retorni a la botiga de Hapu, el teixidor, **on es teixeixen les més belles teles al gust de cadascun**, se li lliurarà una peça d'or”.*

*3.000 a. C. ANYS, TEBES*

# Persuasió en Aristòtil





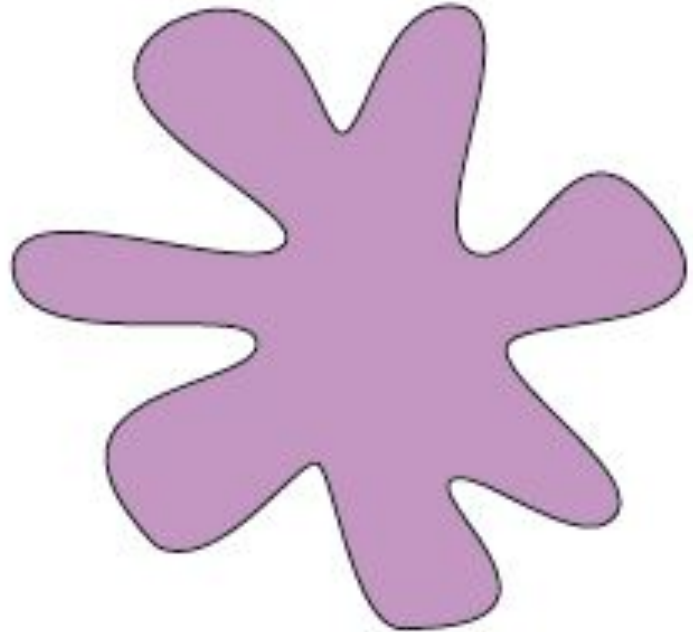
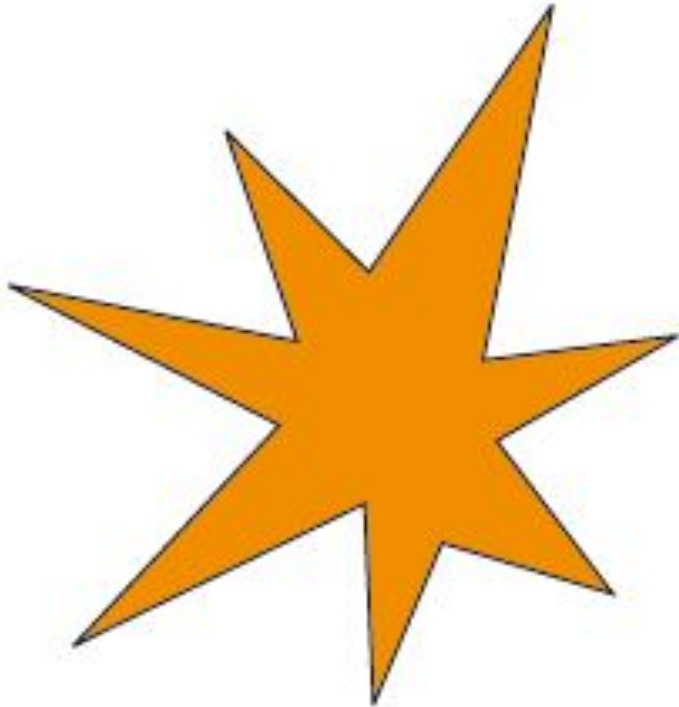


Linkedin | Instagram | Twitter | Tik-Tok  
Fotos | Textos | Pitching | Equipo

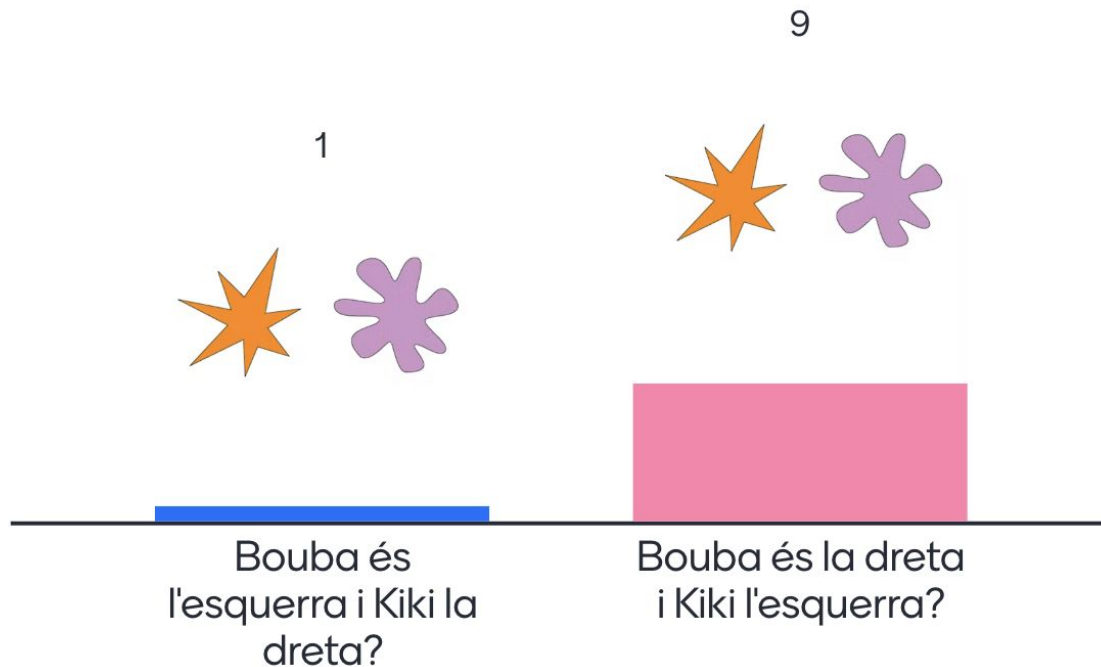




# Quin és Bouba i quin és Kiki?

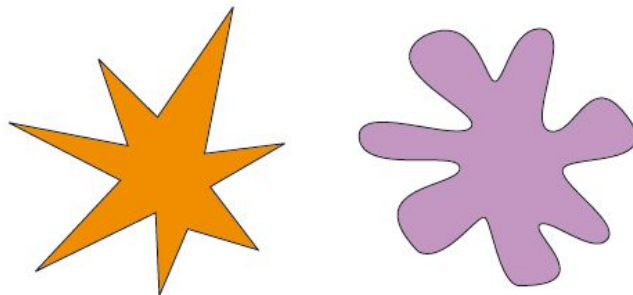


# ¿Cuál es Bouba y cuál es Kiki?



Resultats durant la sessió

## ¿Cuál es Bouba y cuál es Kiki?



En un experiment ideat per Wolfgang Köhler, es demana al subjecte que digui quin d'aquestes figures es diu Bouba i quin Kiki.

La majoria de les persones li assigna el nom Bouba a la figura de la dreta, potser perquè els llavis s'arrodoneixen per a produir el so o perquè en l'alfabet romà, les lletres b, o i a tenen una forma més arrodonida que k i i (punxegudes)

# 1

# Storytelling Personal



# Storytelling Personal



Tuve suerte- Supe pronto en mi vida  
qué era lo que más deseaba hacer.



"Tengo Un Sueño..."  
-Martin Luther King Jr.





# Ethos

# 2

## ARQUETIPOS DE PERSONALITAT Carl Jung



# Arquetipos de Jung: Un modelo práctico

## 1. El Inocente

**Soñadores ingenuos.**

- **Meta:** ser feliz.
- **Miedo:** ser castigado por hacer algo malo.
- **Debilidad:** confiar demasiado en los demás.
- **Talento:** fe y apertura mental.

## 2. El amigo

**Confiables, realistas y honestos.**

- **Objetivo:** pertenecer.
- **Miedo:** quedarse fuera o sobresalir de la multitud.
- **Debilidad:** puede ser un poco demasiado cínico.
- **Talento:** honesto y abierto, pragmático y realista.

## 3. El héroe

**Fuerte y defender a los demás.**

- **Objetivo:** ayudar a los demás y proteger a los débiles.
- **Miedo:** ser percibido como débil o asustado.
- **Debilidad:** arrogancia, siempre necesitando otra batalla para luchar contra ella
- **Talento:** competencia y coraje.

## 4. El cuidador

**Empatía y compasión.**

- **Meta:** ayudar a los demás.
- **Miedo:** ser considerado egoísta.
- **Debilidad:** ser explotado por otros.
- **Talento:** compasión y generosidad.

## 5. El explorador

**Es feliz a menos cuando experimente emociones nuevas. .**

- **Objetivo:** experimentar la mayor cantidad de vida posible en una vida.
- **Miedo:** quedar atrapado o verse obligado a conformarse.
- **Debilidad:** deambular sin rumbo e incapacidad para aferrarse a las cosas.
- **Talento:** ser fiel a sus propios deseos y una sensación de asombro.

## 6. El rebelde

**e algo en el mundo que no funciona, intenta cambiarlo.**

- **Meta:** derribar lo que no funciona.
- **Miedo:** ser incapaz de lograr un cambio.
- **Debilidad:** llevar su rebelión demasiado lejos y obsesionarse con ella.
- **Talento:** tener ideas grandes e indignantes e inspirar a otros a unirse a ellos.

# Arquetipos de Jung: Un modelo práctico

## 7. El amante

**Busca la armonía en todo lo que hace.**

- **Objetivo:** estar en una relación armónica con las personas, el trabajo y el entorno que aman.
- **Miedo:** sentirse no deseado o no amado.
- **Debilidad:** deseo de complacer a otros en riesgo de perder su propia identidad.
- **Talento:** pasión, aprecio y diplomacia.

## 8. El creador

**El arquetipo creador**

- **Objetivo:** crear cosas de valor duradero.
- **Miedo:** no crear nada importante.
- **Debilidad:** perfeccionismo y bloqueos creativos causados por el miedo de no ser excepcional.
- **Talento:** creatividad e imaginación.

## 9. El bufón

**Animar una fiesta con humor y trucos,**

- **Objetivo:** aligerar el mundo y hacer reír a los demás.
- **Miedo:** ser percibido como aburrido por los demás.
- **Debilidad:** frivolidad, perder el tiempo y ocultar emociones bajo un disfraz humorístico.
- **Talento:** ver el lado divertido de todo y usar el humor para un

## 10. El sabio

**Valora las ideas por encima de todo.**

- a. **Meta:** usar la sabiduría y la inteligencia para entender el mundo y enseñar a otros.
- **Miedo:** ser ignorante o ser percibido como un estúpido.
- **Debilidad:** no puede tomar una decisión porque cree que nunca tiene suficiente información.
- **Talento:** sabiduría, inteligencia y curiosidad.

## 11. El mago

**Creencia verdadera en sus ideas y desean compartirlas con otros.**

- **Objetivo:** comprender las leyes fundamentales del universo.
- **Miedo:** consecuencias negativas no deseadas.
- **Debilidad:** convertirse en un manipulador o egoísta
- **Talento:** transformar la experiencia cotidiana de la vida de las personas al ofrecer nuevas formas de ver las cosas.

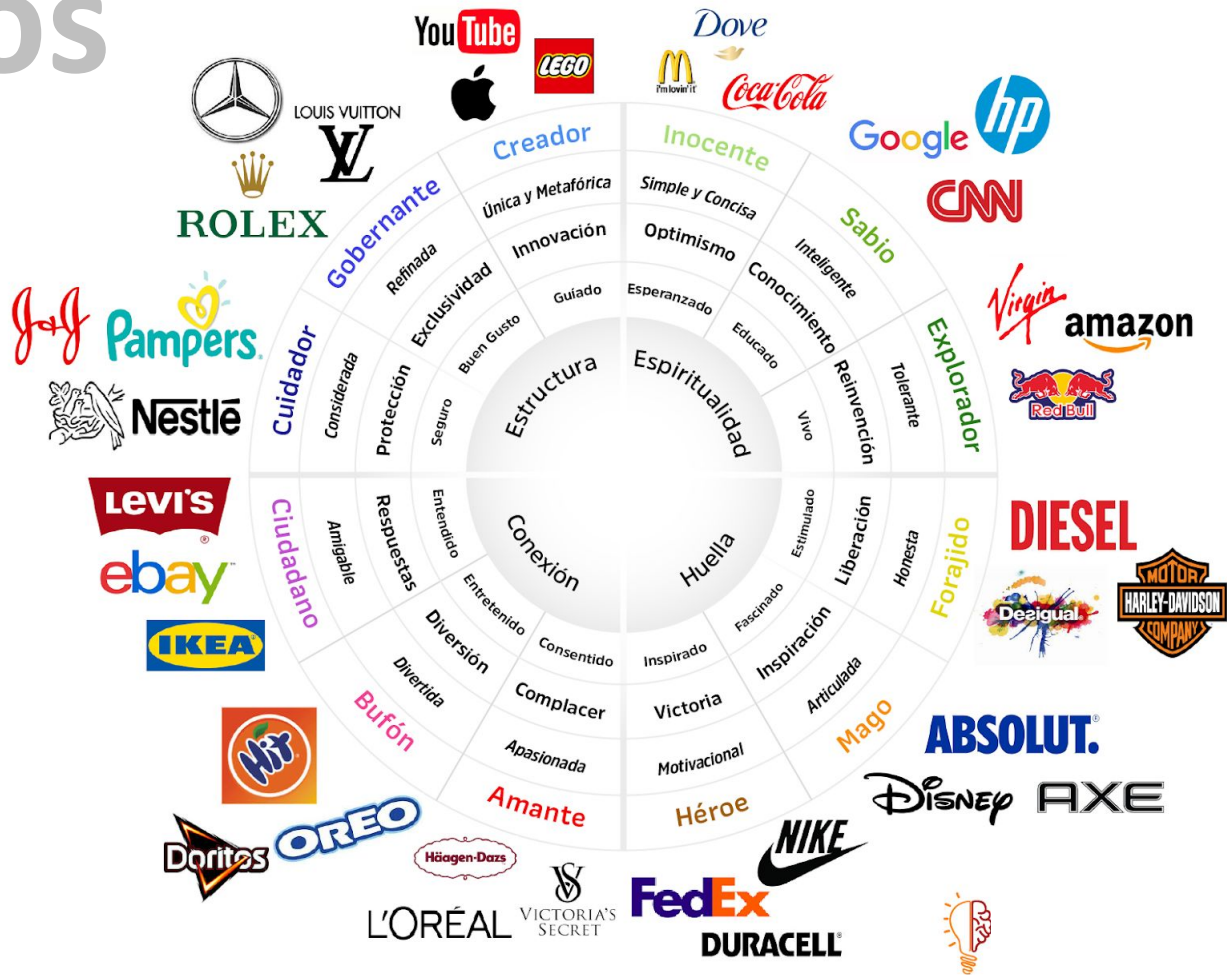
## 12. El gobernante

**Tener el control.**

- **Meta:** crear una familia o comunidad próspera y exitosa
- **Miedo:** el caos, ser socavado o derrocado
- **Debilidad:** ser autoritario, incapaz de delegar
- **Talento:** responsabilidad, liderazgo

# Ethos

# 2



## Atributs

2

Brillant. Poderosa. Tenaç. Independent. Contudent.  
Competitiu. Autosuficient. Creatiu Adaptable. Productiu.  
Afable. Positiu. Intel·ligent. Disciplinat. Valent. Entusiasta.  
Segur de si mateix. De confiança. Visionari. Inspirador.  
Responsable. Honest. Just

# Pathos

# 3

# EMOCIÓ

RAE 1. f. Alteració de l'ànim intensa i passatgera, agradable o penosa, que va acompanyada d'una certa commoció somàtica. 2. f. Interès, generalment expectant, que es participa en alguna cosa que està ocorrent.

Wikipedia: Les emocions són reaccions psicofisiològiques que representen maneres d'adaptació a uns certs estímuls de l'individu quan percep un objecte, persona, lloc, succés, o record important. Psicològicament, les emocions alteren l'atenció, fan pujar de rang unes certes conductes guia de respostes de l'individu i activen xarxes associatives rellevants en la memòria. Els sentiments són el resultat de les emocions i poden ser verbalitzades (paraules).



Què són les històries?

Per a què serveixen?

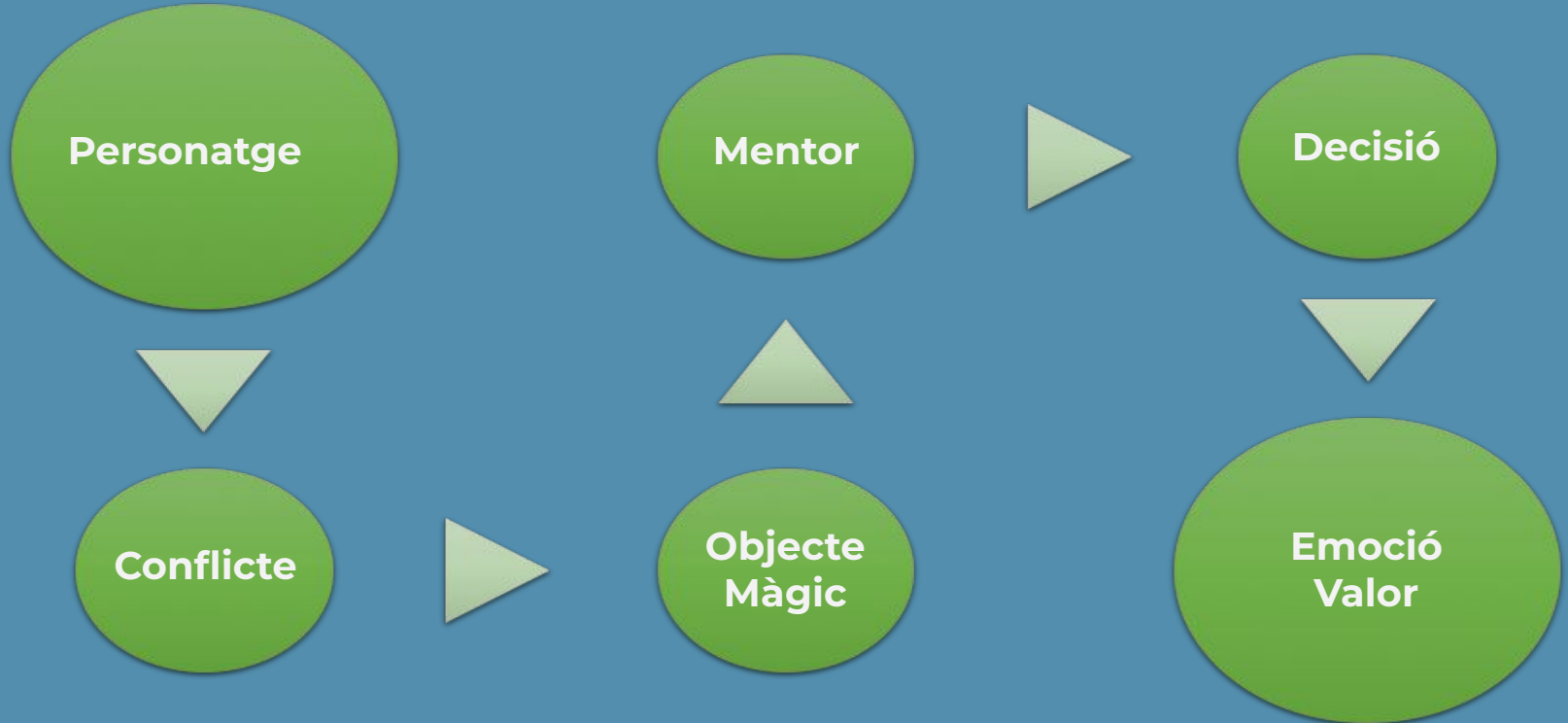
4



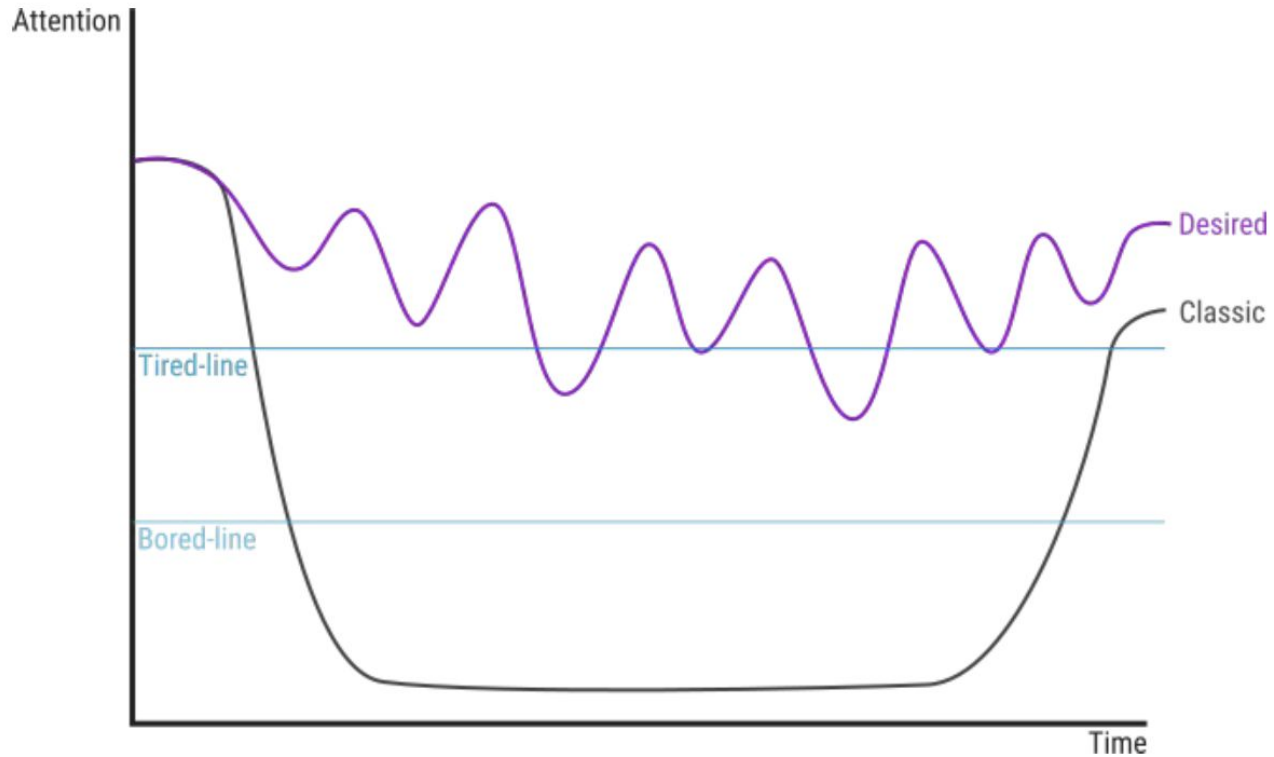
*Every single day  
Every word you say*



# Estructura



# LA CORBA DE L'ATENCIÓ



# 5

## **Territoris temàtics de marca**

**Són espais conceptuals al qual volem associar a la nostra marca.**



**Significado:** Estar en forma

**Percepción:** Cuidarse, Deporte

**Personalidad:** Saludable, Social, Dinámico

**Valores & Atributos:** Salud, Activo, Diversión, Energía

**Territorio:** VIDA DEPORTIVA

*LAB. The school of internet marketing*





**Significado:** Luchar para ganar

**Percepción:** Deporte, Intenso,  
Victoria

**Personalidad:** Fuerte, Perseverante,  
Ganador, Dinámico

**Valores & Atributos:** Esfuerzo,  
Potencia, Sacrificio, Intensidad,  
Energía

**Territorio:** COMPETICIÓN



# Diagnòstic Narratiu

**1**

**Revisar el missatge que estem donant (Web, RRSS, Mailing)**

**2**

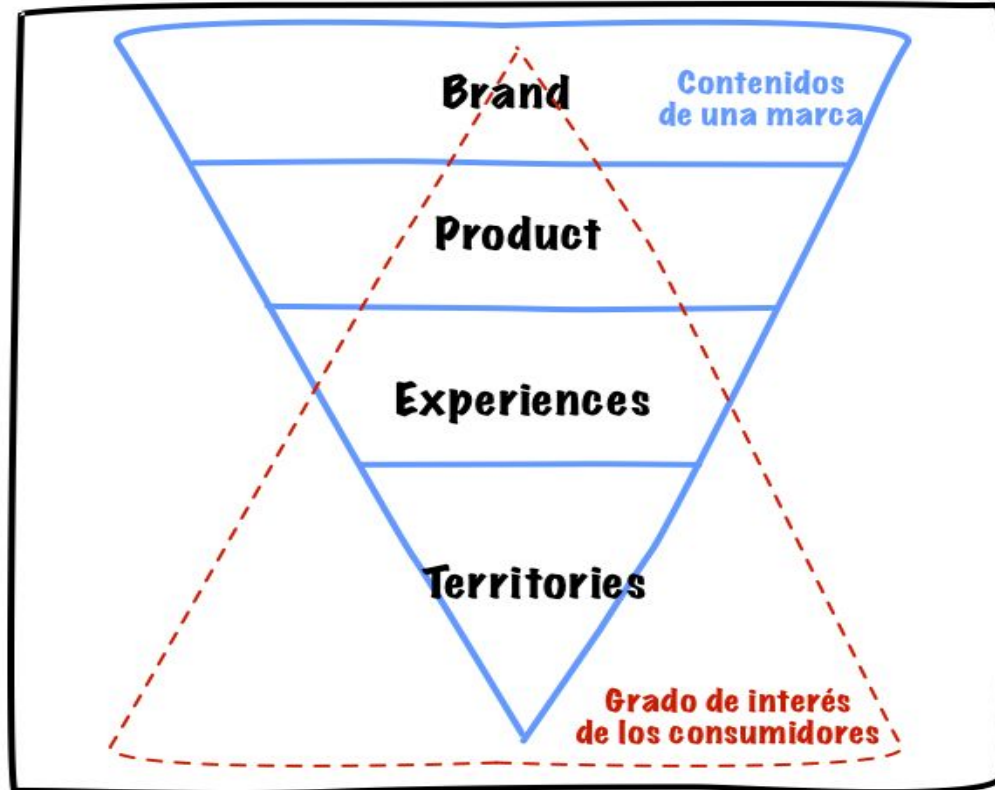
**A qui ens estem dirigint?  
A quins territoris?**

**3**

**És emotiu aquest missatge? Estem contant una història?**



# Territorios de Marca





## Viatge de l'Heroi

Tots som especials i podem tenir un destí

## Amor

El triomf del desig sobre el temps

## Comèdia

riem de la realitat per a mostrar la veritat

## Futuro

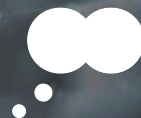
Podem crear-ho si canviem el present

## Memòria

La petjada de l'antic es fusiona amb la nova generació

## Llibertad

Es pot viure sense convertir-se en esclau





# Comèdia

MACMA

Organització  
sense fins de  
lucre de lluita  
contra el càncer  
de mama



<https://youtu.be/iZhn1kTKPYc>



Usando los tres dedos medios, movelos en espiral empezando desde la zona de la axila hacia abajo,

# Llibertat



**Aquarius**

**Programados pa  
libres**

<https://youtu.be/f78YupjWv6>



# Comèdia

**Casa Tarradellas**  
**Pase lo que pase yo**  
**estoy a tu lado**



<https://youtu.be/J87qcOQjRCE>

# Amor familiar

Ikea  
Formato reality



ANUNCIOS  
IKEA



<https://youtu.be/J87qcOQjRCE>

# Activisme

Campo Frío

Campaña:

Fantasma del más  
acá

<https://youtu.be/sY4MVOwdcd>



?



**Philips Health**

<https://youtu.be/jF7Pg3mcW>

Quina és  
la teva  
història?

# Storytelling tactic



**Com ho falg?**

# Objectius

Donar a conèixer el projecte

Més vendes.

Comunicació interna

Generar comunitat

Ampliar l'abast territorial

Arribar a un públic de perfil diferent.

Posicionament de marca.

Mitigar crisi.

Projecte extern

Projecte intern

Marca personal

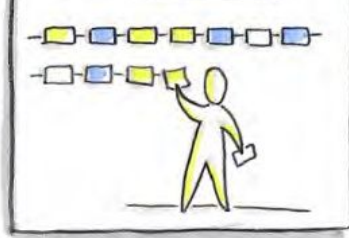
# STORYTELLING QUE IMPACTA

## 1- Focalitzar



Com crear i seleccionar continguts

## 2- Organitzar



Com organitzar el contingut per a crear històries

## 3- Visualitzar



Com expandir les metàfores per a les meves històries.

## 4- Realitzar



Diferents formats i aplicacions amb storytelling impactant

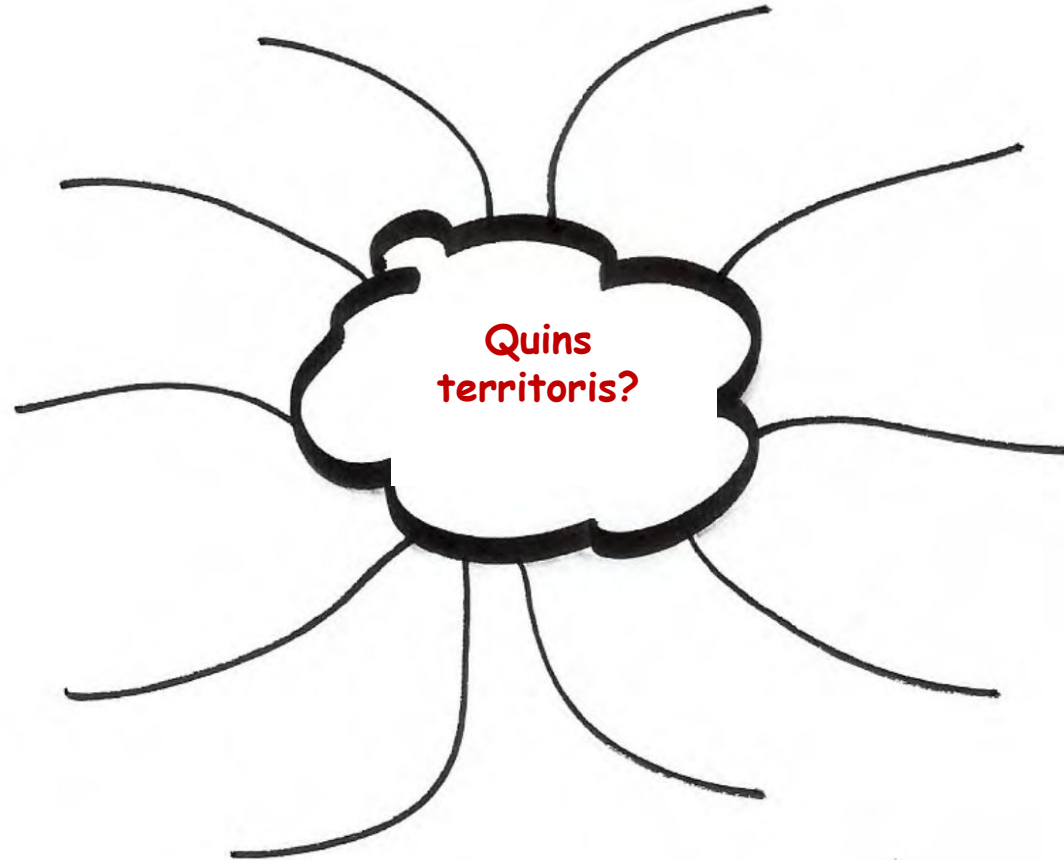


## 1- Focalitzar



Com crear i  
seleccionar  
continguts

# Defineix els teus territoris



## Defineix el públic que habita en el territori.



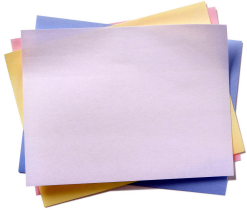
## Què em diferencia?

Què vull  
que el públic conegui?

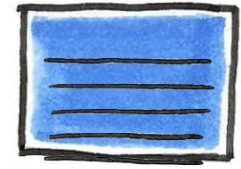
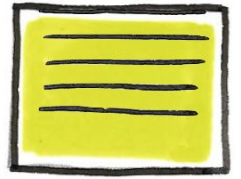
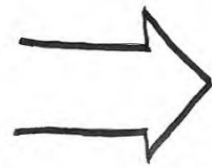
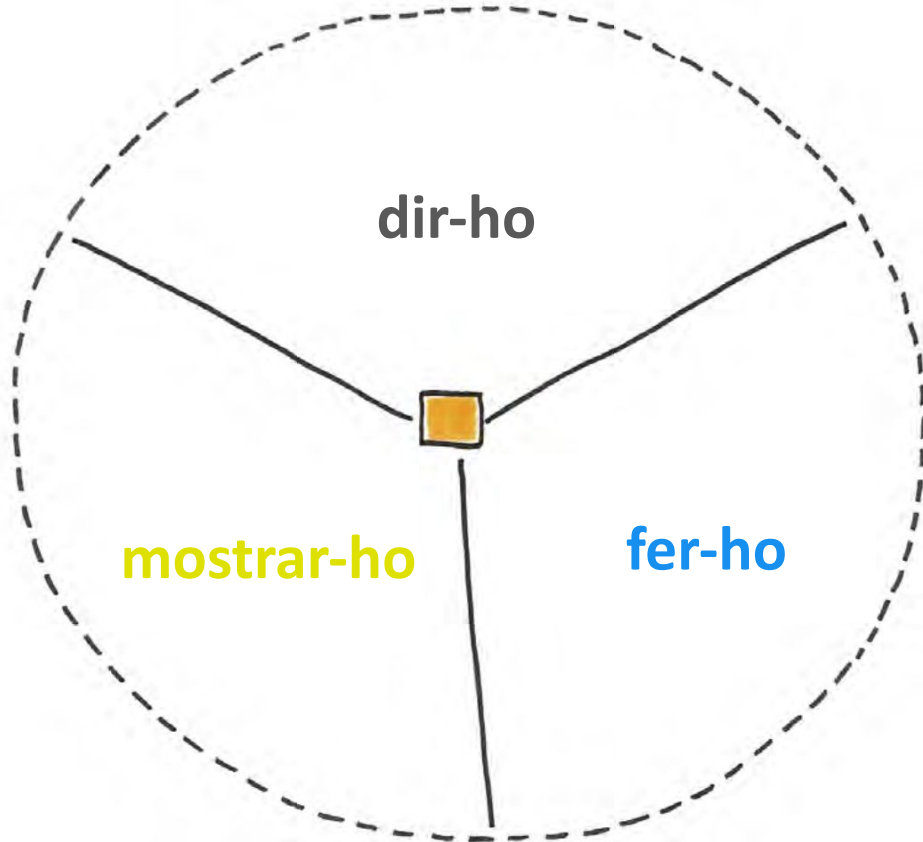
Què vull  
que el públic senti?

Què vull  
que el públic faci?

Què vull  
que el públic recordi?



## Categoritza cada idea





# Propòsit

**Informatiu**

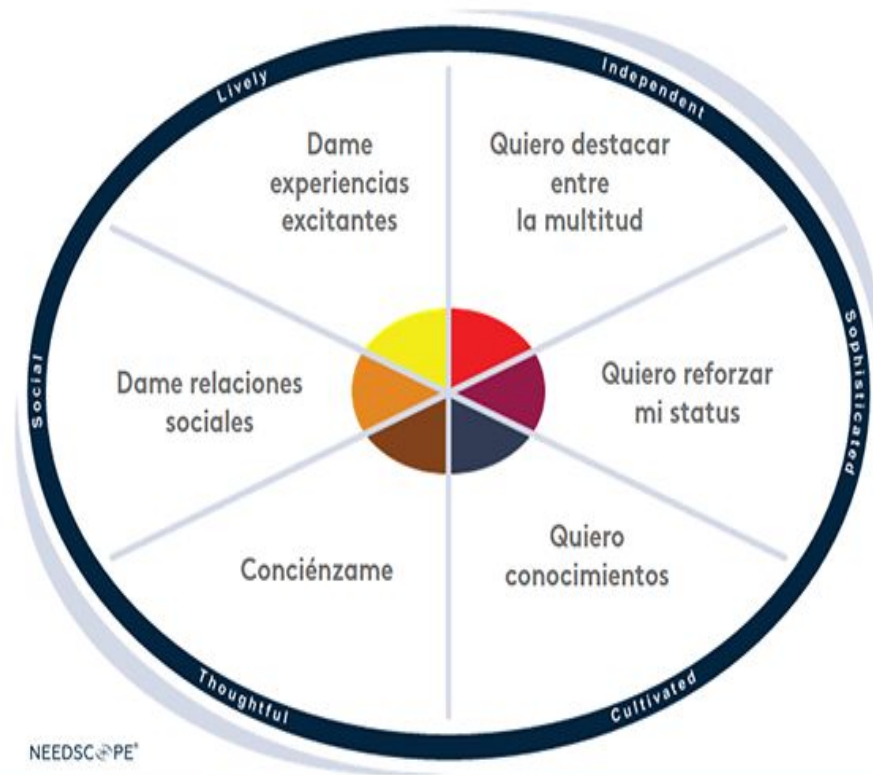
**Entreteniment**

**Formació**

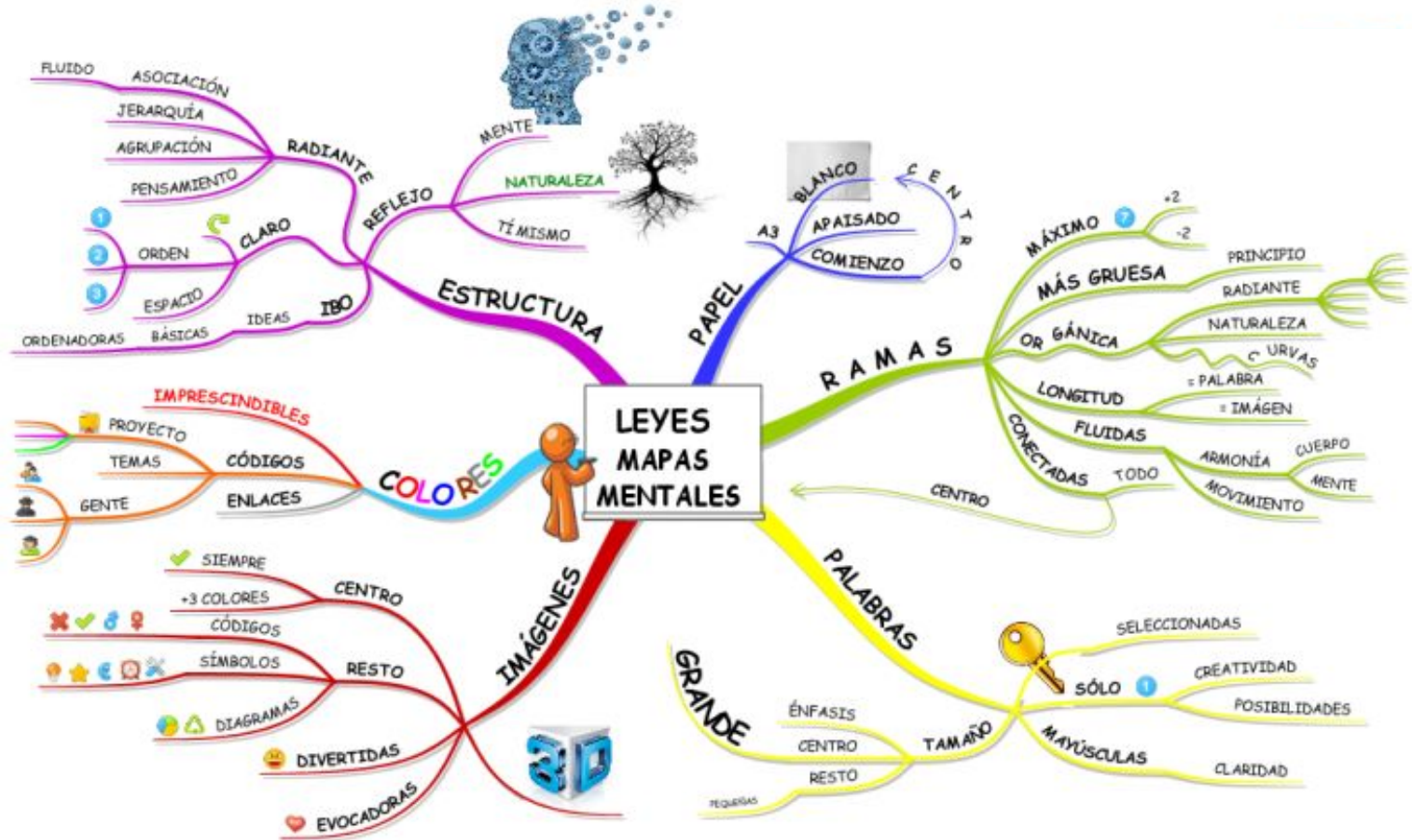
**Inspirador**



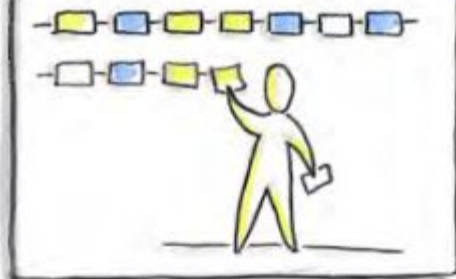
# On conversaré?



# Mapa Mental



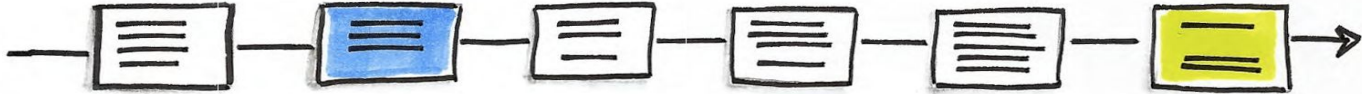
## 2. Organitzar



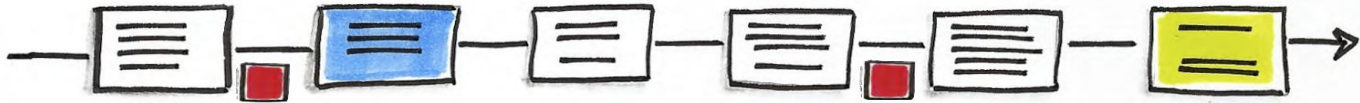
Com organitzar  
el contingut  
per a crear  
històries

## Construcció d'històries probables

- Construeix causalment diferents tipus d'històries. Estàs explorant, no et preocupis si no funcionen a la primera.



- Assenjala amb un punt ■ si falta algun tipus de baula en la teva història probable.





# Emplenar els punts vermell amb ganxos

- Fer una pregunta al públic
- Fer un suggeriment
- Proposar imaginar alguna cosa
- Plantejar un problema
- Plantejar un problema-solució
- Proposar reflexionar sobre alguna cosa
- Introduir 3 paraules claus Afirmar una filosofia o creença
- Contar un resultat
- Comptar una anècdota Contar causa i efecte
- Descriure alguna cosa evocant els sentits
- Contar una breu història - un microrelat La repetició d'una idea, paraula, imatge
- Usar xifres i dades impactants-dramàtiques
- Fer una sinopsi de la presentació Fer una activitat amb el públic
- Usar música Usar teatre
- Usar manyaga Usar cinema Usar vídeo
- Usar el silenci
- Usar la sorpresa
- Usar la intriga
- Estendre una invitació

### 3. Visualitzar



Com expandir  
les metàfores  
per a les  
meves  
històries.

# Desenvolupa una de les històries

→ Tria una història que millor representi els elements treballats en a sessió.

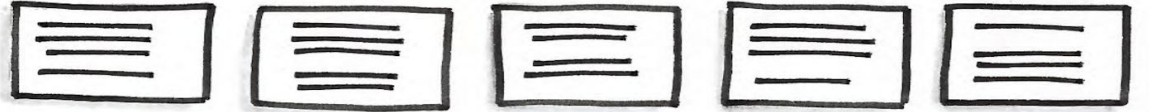


→ Posa-la a prova narrant-la dins d'un storyborad o presentació preliminar dins del teu cercle de confiança. Apunta els comentaris.

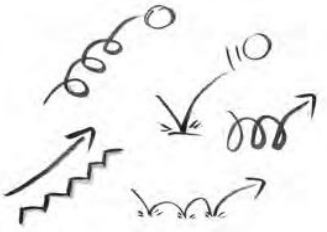
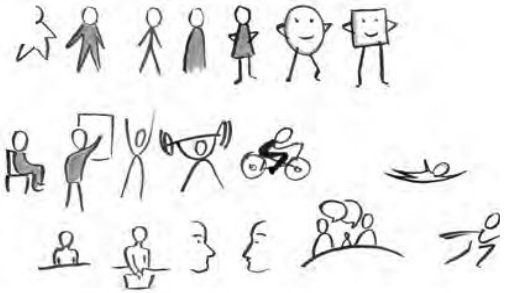
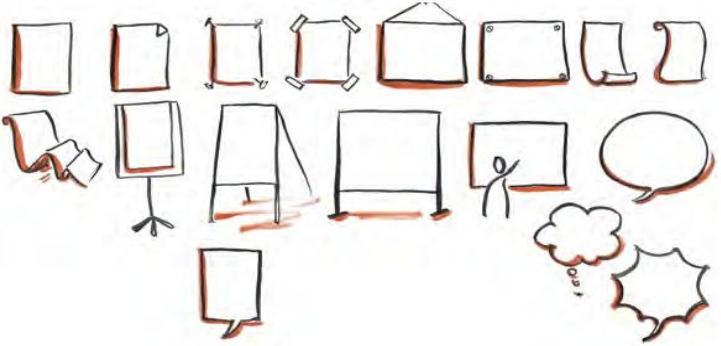
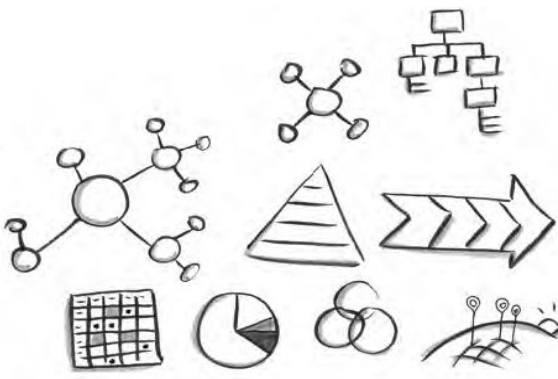
Metàfores



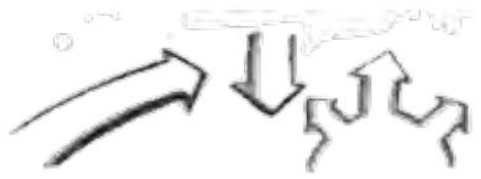
Narració







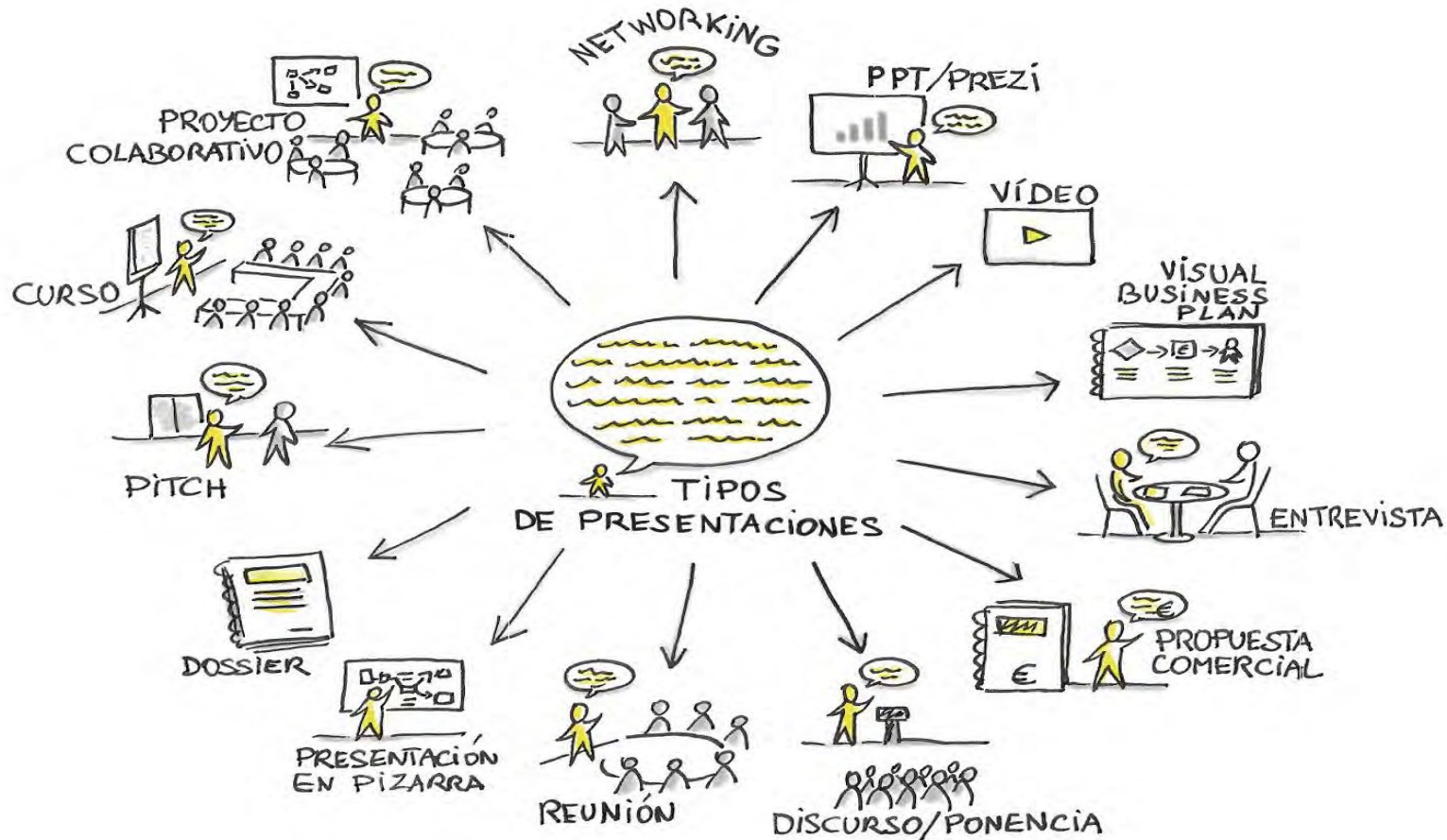
LETRA  
LETRA  
letra LETRA  
letra LETRA  
letra LETRA  
letra LETRA  
letra LETRA  
letra LETRA  
letra LETRA



#### 4- Aplica-la



Diferents  
formats i  
aplicacions amb  
storytelling  
impactant





**Web**

**Pitch  
Interviews  
Talks**

**RRSS**

**Canales**

**TV  
Prensa  
Radio**

**News-  
letter**

**Esdeveniments  
Networking**

**tota marca té vilans  
per a derrotar**

repte intern i la competència





V

Volàtil

I

Incert

C

Complex

A

Ambigu



VISCA

el Storytelling!







Quina és la teva història?

**DANIEL RESNICH**

Brand Storyteller &

Communication Strategist

[resnich@goodmoment.es](mailto:resnich@goodmoment.es)

Creator de Anticossos (TV3)

Serie documental danzada

Q&A

