

#ConstruyeTuMarca

(Curso de marcas personales)

**Semana 12. HERRAMIENTAS PARA GENERAR CONTENIDO
ATRACTIVO**

AUTORES:

Arturo de las Heras García

Santiago Hernández Hernández



Semana 12:

HERRAMIENTAS PARA GENERAR CONTENIDO ATRACTIVO

- [El contexto y la importancia de destacar](#)
- [Los mecanismos de aprendizaje del ser humano](#)
- [El Storytelling](#)
- [¿Cómo nos ayudan estos mecanismos en nuestra marca personal?](#)
- [Herramientas para crear presentaciones](#)
- [Las infografías](#)
- [Herramientas para la creación de videos](#)

EL CONTEXTO Y LA IMPORTANCIA DE DESTACAR

Según Eric Schmidt, director ejecutivo de Google, hasta 2003 entre toda la humanidad habíamos generado una cantidad equivalente a 5 exabytes de información. Hoy en día, ese número se alcanza cada dos días.

Cada día millones de usuarios participan en este proceso de generación de información a través de webs corporativas, redes sociales de todo tipo, blogs y videoblogs de distinta temática y foros especializados. Por otorgar algunos datos, cada minuto se suben 48 horas de vídeo en Youtube, se crean 600 nuevas webs y se publican 100.000 *tweets*.

Además, vivimos en **un contexto de recepción multidispositivo**. La época en la reservábamos unos minutos para leer la prensa, o en la que nos dedicábamos exclusivamente a ver la televisión ha terminado. Hoy en día no es raro estar viendo la tele mientras navegamos por internet con nuestro portátil o tableta y escribimos por el móvil mediante algún servicio de mensajería instantánea.

Por consiguiente, nos movemos en un ecosistema en el que nos impactan numerosos mensajes desde distintas vías de manera constante. La cantidad de información que recibimos es tan ingente que se ha acuñado un nuevo término: **la infoxicación**. Esto es, intoxicación por la **incapacidad de procesar la sobredosis informativa** a la que estamos sometidos.



Recibir un mensaje no implica por tanto que lo hayamos procesado. Conviene tener esto muy en cuenta si queremos impactar de verdad a nuestros públicos. Infinidad de empresas y personas competimos por atraer la atención de esta audiencia y necesitamos destacar para que sea nuestro contenido el que más interese a la gente que queremos impactar.

LOS MECANISMOS DE APRENDIZAJE DEL SER HUMANO

Existen dos mecanismos diferentes de aprendizaje para el ser humano y que es preciso que conozcamos si queremos que nuestros mensajes sean escuchados por los públicos de nuestro interés. Son principalmente dos y las marcas los han venido utilizando a lo largo del tiempo para alcanzar sus objetivos:

Repetición: Este es el mecanismo con el que toda persona comienza su proceso de aprendizaje. Aprendemos a hablar repitiendo los sonidos de nuestros padres y mantenemos este recurso a lo largo del tiempo. Todo el mundo recuerda las tablas de multiplicar porque las repetimos en su momento cientos de veces hasta que lo procesamos para siempre. De la misma manera, conocemos a marcas como Colgate o Fairy porque son marcas que realizan campañas continuamente en los medios de comunicación y esa presencia constante hace que las tengamos en nuestra mente como marcas de calidad en su ámbito de acción.



.../...

.../...

Emoción: Existe un segundo mecanismo para el aprendizaje que resulta tan eficaz como la repetición y mediante el que no necesitamos impactar tantas veces en el usuario para conseguir que procese el mensaje: la emoción. Se nos queda mejor la información cuando nos ha llamado la atención, de ahí que recordemos mejor las frases cortas, las historias, los titulares, las anécdotas, más que los simples datos. Esto lo han venido utilizando las marcas a lo largo del tiempo, de ahí que empresas como Coca-Cola o turrón El Almendro realicen campañas muy emocionales. En el caso de la empresa turronera, su presencia en medios no es constante y ha conseguido posicionarse en el imaginario colectivo gracias a su impacto emocional en el público.



EL STORYTELLING

El *storytelling* es una técnica estrechamente ligada al mecanismo de aprendizaje de la emoción y que se ha venido utilizando a lo largo del tiempo desde los inicios del ser humano, incluso antes de que naciera la escritura.

Se trata de convertir la idea, concepto o mensaje que queremos transmitir en una historia para que se recuerde mejor y que su resultado sea así tremendamente eficaz. Esto no es nada diferente a los cuentos que nos contaban de pequeños para que entendiéramos una moraleja.



Si queremos que un niño comprenda la necesidad del trabajo constante y del ahorro podemos repetirle ininidad de veces este mensaje o podemos convertirlo en una historia en la que tenemos una cigarra que se pasa el verano cantando y holgazaneando y una hormiguita que no para de trabajar durante todo el año para

- [El contexto](#)
- [Mecanismos](#)
- [El storytelling](#)
- [¿Cómo nos ayudan en nuestra marca personal?](#)
- [Presentaciones](#)
- [Infografías](#)
- [Videos](#)

tener comida en invierno, y que es a la hormiga a la que finalmente le va mejor. Contándole así, el concepto se procesa de una manera mucho más eficiente puesto que, con una menor necesidad de atención, se genera un impacto mayor en el receptor.

Esto no funciona solamente con los niños, sino que su eficacia se encuentra demostrada en todos los públicos: el ser humano necesita personalizar los conceptos y sentirse identificado con los personajes de la historia.

¿CÓMO NOS AYUDAN ESTOS MECANISMOS CON NUESTRA MARCA PERSONAL?

Cualquier marca, ya sea una empresa o una marca personal, lo que busca es transmitir un mensaje.

EJEMPLO. Si estamos buscando trabajo

Buscando trabajo, queremos transmitir el mensaje de que somos el candidato perfecto para el puesto.

A veces tenemos la idea de que un currículum ha de tener un formato predeterminado en el que se cuenta línea a línea los puestos que hemos ejercido y lo que hemos estudiado. ¿Por qué no convertir el currículum en la pequeña historia de nuestra vida?

Cuando un reclutador lleva doscientos currículums vistos en una mañana, seguramente le va a impactar ver uno diferente e, incluso, lo va a agradecer, puesto que habremos conseguido romper con su rutina. Esto no asegura que vayamos a conseguir el trabajo, pero sí que aumenten las posibilidades de que se fijen en nuestro currículum y, por tanto, de que al menos tengamos la oportunidad de realizar una entrevista.



El mismo ejemplo que para el currículum podría aplicarse para la presentación de nuestra empresa, en caso de que hayamos creado una, o para vender las ideas que tengamos a nuestros jefes.

Al final de lo que se trata es de **presentarle a nuestra audiencia los datos de una manera fácilmente digerible**: infografías, gráficas, imágenes, vídeos. Hay estadísticas que hablan de que los post que incluyen vídeos triplican el número de enlaces sobre los que contienen solo texto, o que las páginas que incluyen infografías obtienen un 12 % más de visitas.

Existen unas cuantas herramientas que se pueden utilizar para conseguir un buen contenido sin necesidad de tener conocimientos profesionales.

HERRAMIENTAS PARA CREAR PRESENTACIONES

Cualquier marca, ya sea una empresa o una marca personal, lo que busca es transmitir un mensaje.

Prezi

Es una herramienta para generar presentaciones en línea de una manera **muy visual y dinámica**. Funciona muy bien para explicar ideas y para sustituir las manidas presentaciones en Powerpoint, explicando conceptos de un modo diferente que atrae la atención de nuestra audiencia.

La base sobre la que trabaja es el zoom. Podemos ir haciendo zoom en las distintas partes de la presentación, y que estas partes den lugar a otras partes completamente nuevas para continuar explicando otros conceptos.



.../...

.../...

Esto quiere decir que todas las presentaciones ya no tienen por qué tener un mismo marco con un mismo formato y con una gama limitada de transiciones entre diapositivas. Prezi nos permite prescindir de las diapositivas, creando presentaciones no lineales con las que impactar más a nuestros oyentes.

Mientras que con los tradicionales Powerpoint el ponente se basa en lo que dice el texto de la presentación, con Prezi **la figura del ponente gana peso sobre la propia presentación**, complementándose el discurso oral con el escrito.

Haiku Deck

Es una aplicación que se ha creado con la intención de evitar las diapositivas con textos demasiado prolongados. Se inspira en los *haikus*, breves poemas japoneses, y nace con esa esencia de brevedad en el texto, pues la intención es que predomine la imagen sobre el fondo.

El esquema de toda presentación en Haiku Deck es el mismo: una imagen de fondo, ya sea del archivo que presenta la aplicación, escogida de internet o directamente subida desde nuestro ordenador; un breve texto que se superpone sobre la imagen, y, por último, las transiciones entre diapositivas.



Entre las principales características de Haiku Deck se encuentra su compatibilidad con los dispositivos móviles de Apple, puesto que es posible **crear las presentaciones directamente desde un Ipad**, además de desde el ordenador, y la aplicación también permite el **uso del Iphone para pasar las diapositivas** a modo de control remoto.

.../...

.../...

Slideshare

Es una herramienta que sirve para **alojar nuestras presentaciones on-line**. Permite de una manera sencilla subir nuestra presentación en otro formato como Powerpoint y dejarla en nuestro perfil para que otros usuarios puedan verla.

Además de la propia presentación, tenemos que añadir un **título**, un pequeño **extracto** y las **palabras claves** por las que queramos que localicen esta presentación. Conviene decir que los títulos son muy importantes. Además de ser la carta de presentación de nuestro mensaje, hemos de tener en cuenta que Google funciona por palabras claves. Todo título debe incluir las palabras por las que queramos ser encontrados y que sean interesantes para Google, ya que si no estás en Google, no existes.



Slideshare es muy útil para compartir en internet lo que hacemos a nivel profesional. Además, es una aplicación que pertenece a LinkedIn, por lo que **podemos elegir que la presentación se integre en nuestro perfil de LinkedIn** para que nuestros contactos en esta red social puedan conocer mejor lo que hacemos. Por otro lado, Slideshare te da estadísticas del total de visitas y de los comentarios que ha generado, lo que nos permite saber qué contenido le está interesando más al público y adaptarnos a ese público.

LAS INFOGRAFÍAS

Una infografía es la **representación visual de un conjunto de datos**. Son muy interesantes porque nos permiten condensar una cantidad de datos muy amplia en una sola página en la que, de forma atractiva, podamos comprender las principales ideas que se puedan extraer.

Aunque es posible realizar infografías utilizando programas de diseño, existen varias herramientas gratuitas en la red que permiten obtener resultados de alta calidad sin necesidad de ser profesionales del diseño.

Podemos utilizar las infografías para cubrir necesidades muy diversas: realizar nuestro currículum, explicar un informe o resumir complejos textos. Veamos algunas de estas herramientas.

Easel.ly y Pick2chart

Ambas son muy parecidas. Aportan una serie de plantillas que luego podemos adaptar a nuestro contenido, añadiendo nuestros textos, imágenes y gráficos para enriquecerlas. Además, permiten modificar la estructura y la estética de la pieza, añadiendo nuevos bloques y cambiando colores y tipografías.

Infogram

Esta aplicación ofrece un paso más en el mundo de las infografías, puesto que añade las características de interactividad y dinamismo. Es muy similar a las dos aplicaciones mencionadas, pero con la diferencia de que se puede conseguir que al hacer clic sobre alguna de las partes de la infografía, se vaya a otra infografía o artículo, que surja una gráfica o que se visionen un vídeo.



HERRAMIENTAS PARA LA CREACIÓN DE VÍDEOS

La información audiovisual se encuentra cada vez más presente dentro de internet. Youtube se ha convertido en el segundo buscador más importante de la red, solamente por detrás de Google, lo que demuestra que la gente demanda vídeos de todo tipo: no solamente de entretenimiento sino también relacionados con cualquier actividad profesional, a través de los videotutoriales.

Wideo

Es una herramienta que nos permite crear vídeos animados *on-line* añadiendo los fondos, imágenes y sonido que deseemos de manera sencilla. Es una herramienta totalmente gratuita.

Video Scribe bySparkol

Es una aplicación muy divertida y útil, gracias a la cual podemos hacer vídeos en los que el contenido va apareciendo en la pantalla dibujado o escrito con una mano, simulando que el vídeo se estuviera realizando en ese preciso momento. Tiene una serie de imágenes predefinidas, pero nosotros podemos subir las que queramos, aparte de añadir textos e incluir efectos para la entrada del contenido: no solamente con escritura sino también arrastrando la información como si viniera de fuera del marco.



Powtoon

Powtoon es una herramienta muy potente que supone la mezcla entre Sparkol y Wideo, puesto que ofrece soluciones similares a las de las otras herramientas, permitiendo que el contenido aparezca en pantalla dibujado por una mano, al igual que Sparkol, pero también que aparezca en pantalla directamente o mediante transiciones parecidas a las de Wideo.

