

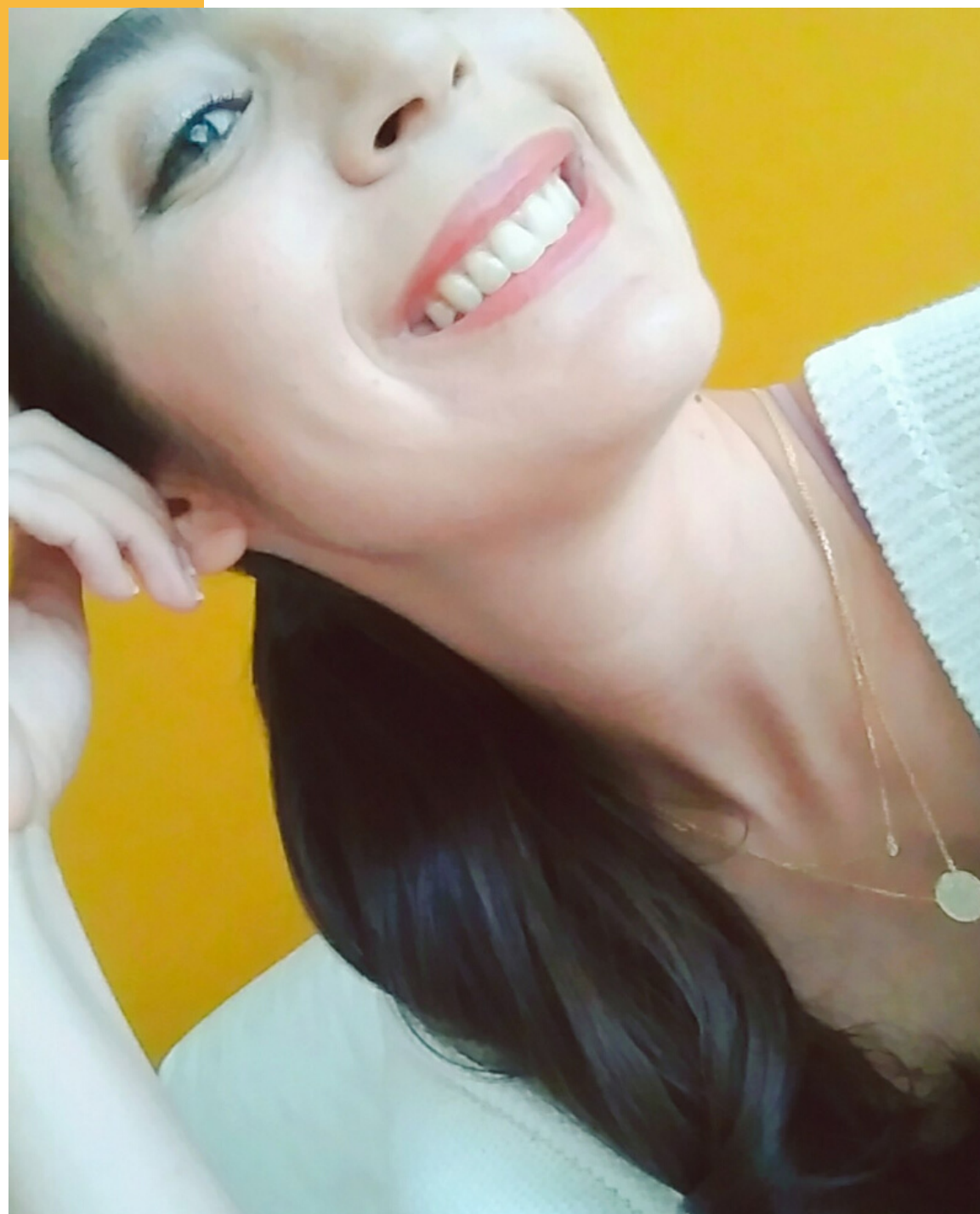


TALLER • REDACCIÓN DE CONTENIDO

Diseñando narrativas que conectan con empatía

- Design Thinking
- Pensamiento de Diseño





¡Hola!

GABA GOTAY

Redactora de Contenido
Escritora y Editora Freelance
Autora, Educadora
B.ED y MA. English



- ¡TEN TU CAFÉ/TÉ A LA MANO!
- MATERIALES: WORKSHOP KIT
- SESIÓN DE PREGUNTAS
- RECURSOS ADICIONALES

Información

"COMPARTIENDO DESDE CASA"



¿QUIÉNES SOMOS?

Social Media Manager

12

Small Biz/Entrepreneur

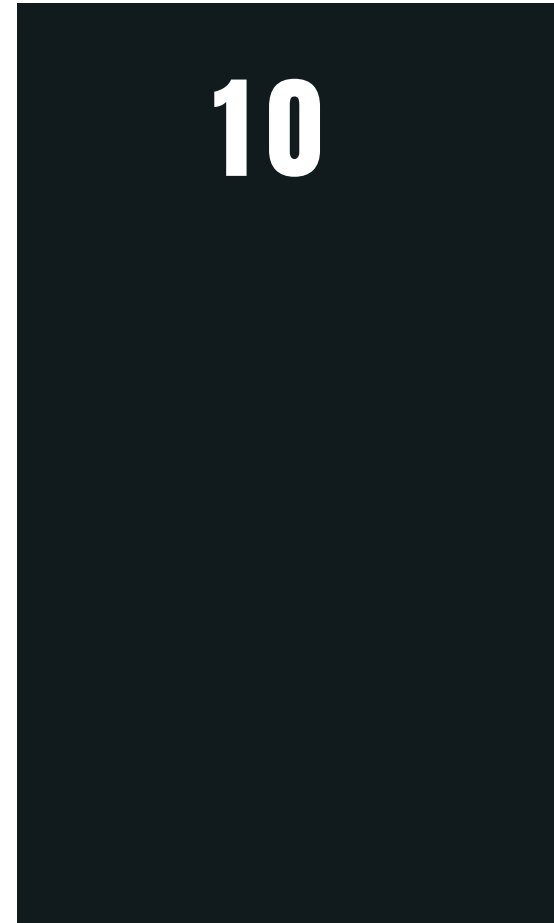
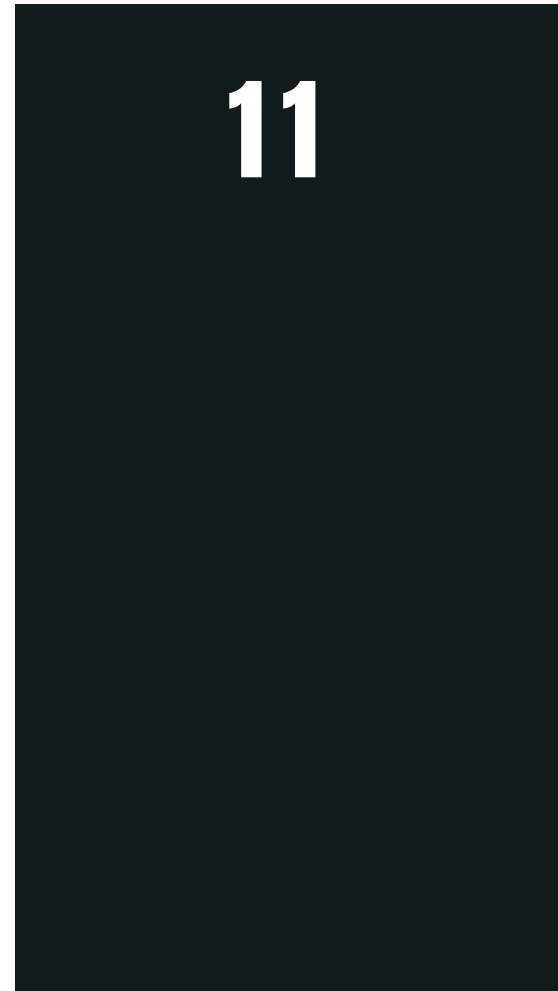
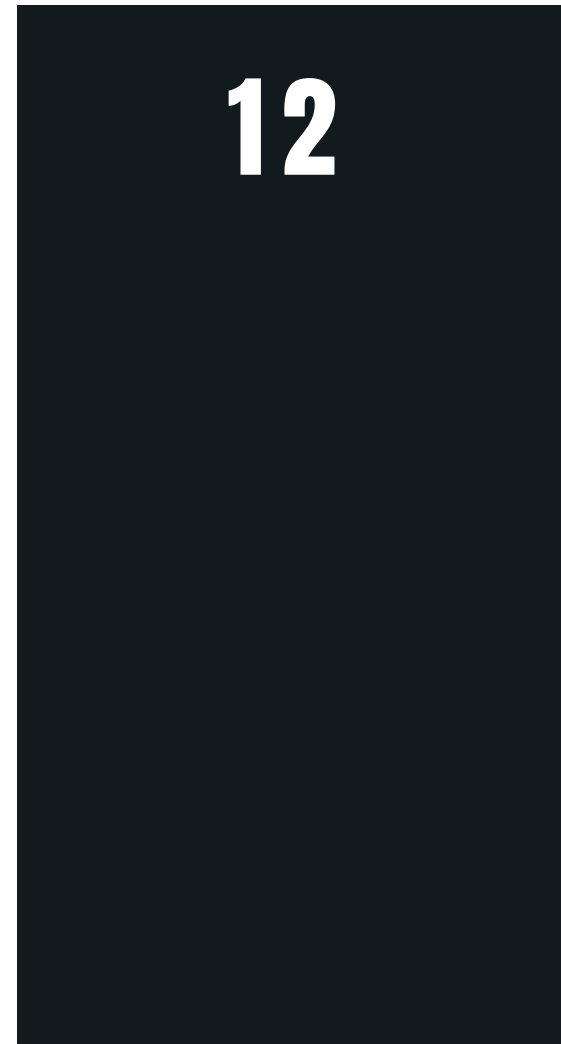
11

Escritor

10

Influencer

2



ESTABLECER EL MARCO DE REFERENCIA

"Design Thinking"

EXPLORAR CONCEPTOS BÁSICOS

- Narrativa
- Diseño
- Conexión
- Empatía
- Perspectiva
- Reflexión
- Acción

IMPLEMENTAR ESTRATEGIAS

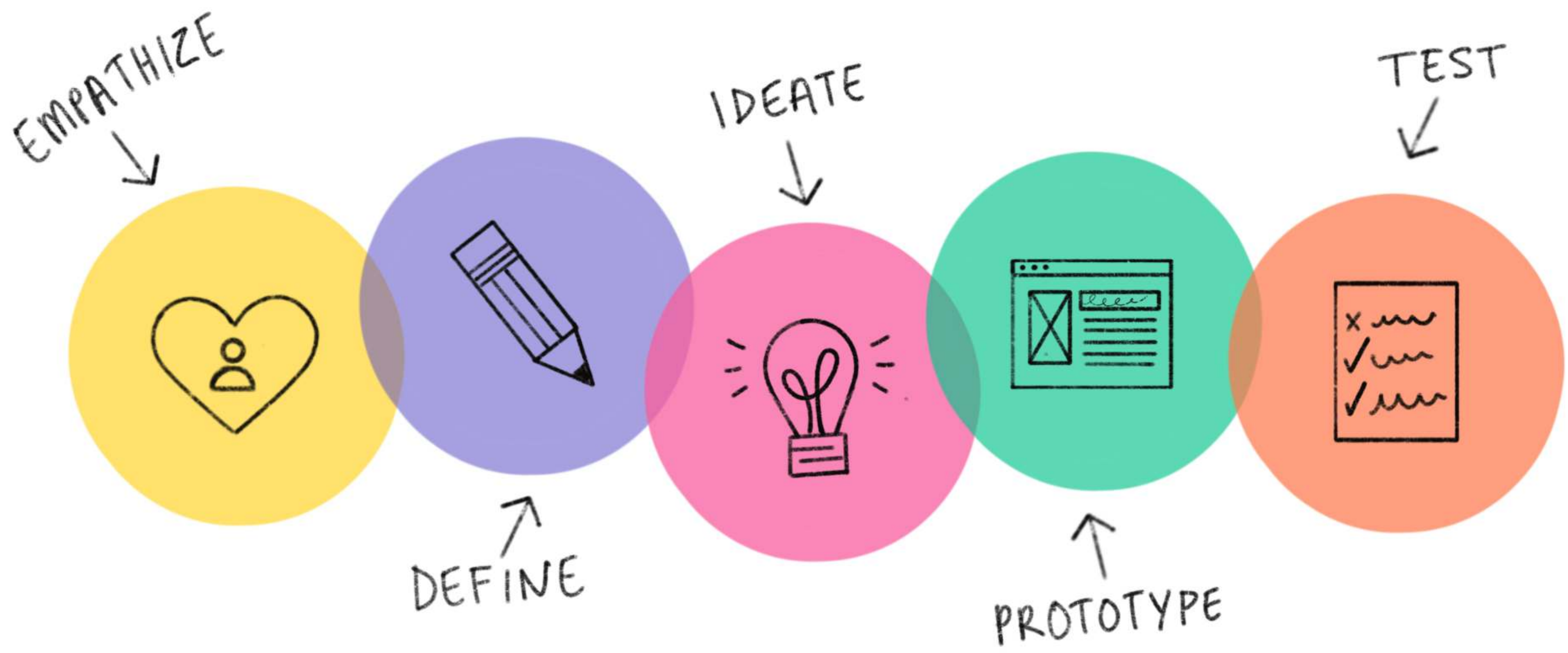
- Empathy Map
- Narrative Flow

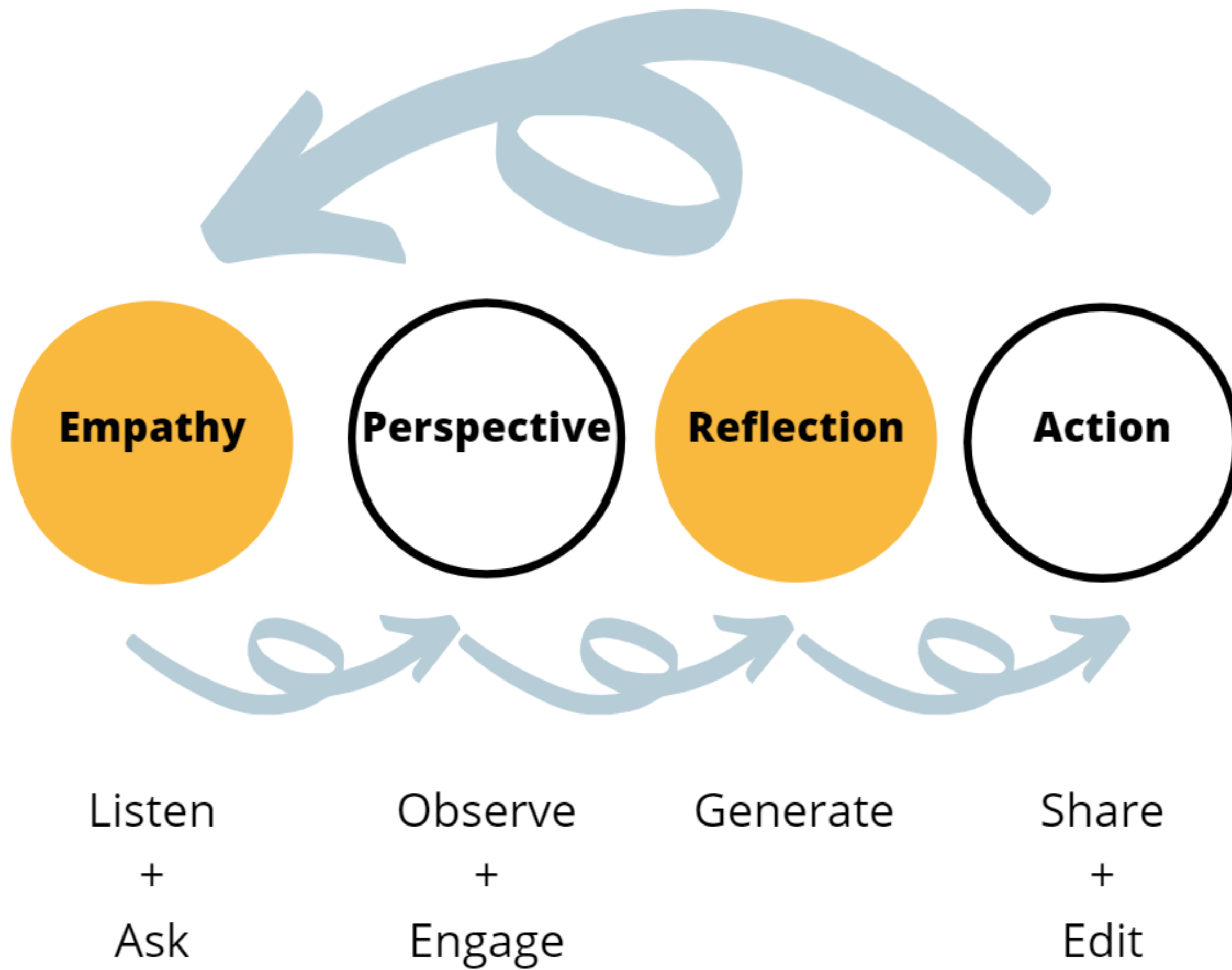
Objetivos
PRINCIPALES



Design Thinking

- Metodología
- Una forma de crear productos y servicios
- Necesidades (reales)
- Usuarios son parte activa del proceso de creación.





- *Narrativa*
- *Diseño*
- *Conexión*



Propósito: implementar la metodología "pensamiento de diseño" en la planificación y ejecución de un contenido (narrativa) que establezca una relación creativa y colaborativa con las personas que integran tu comunidad/audiencia, en función de una historia compartida.



#1

Empatía

Habilidad de comprender y compartir los sentimientos y emociones de otra persona.



- CUALES SON SUS NECESIDADES
- CUALES SON SUS CONDUCTAS O COMPORTAMIENTOS
- CUALES SON SUS DOLENCIAS
- CUALES SON SUS DESEOS

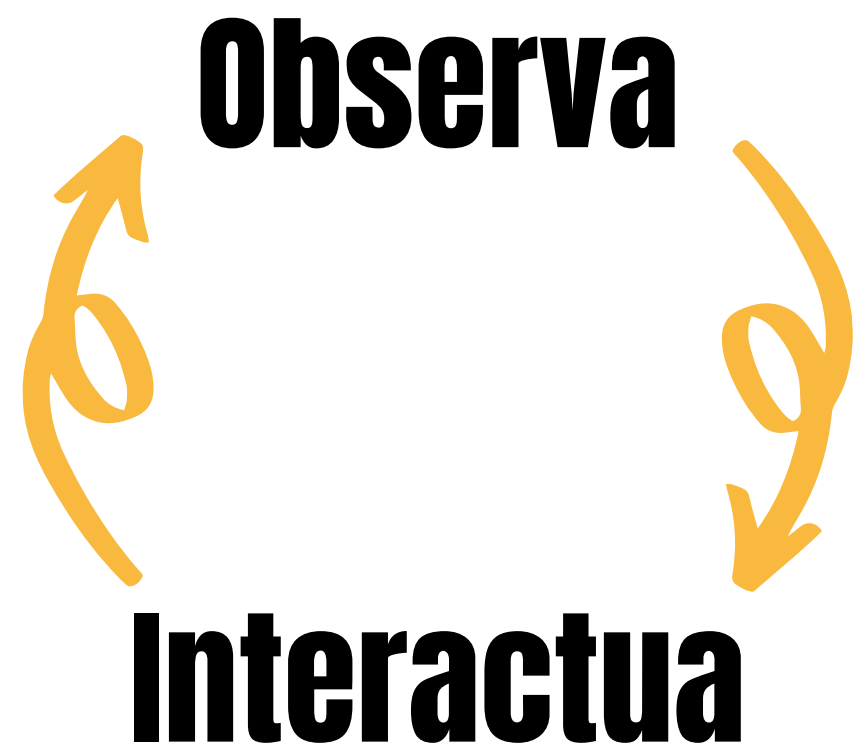
¿Conoces su historia?

- Manera de ver algo desde un punto "espacial" determinado.
- Manera de considerar un asunto.
- Punto de vista con respecto a una situación específica.



#2

Perspectiva



- COMO MIRAR EL PROBLEMA DESDE SU PUNTO DE VISTA
- COMO INTERACTUAR CON EL PROBLEMA
- COMO SE RELACIONA CON TU HISTORIA

¿Conoces tu historia?



#3

Reflexión

Pensamiento o consideración de algo con atención y detenimiento para estudiarlo o comprenderlo bien.



- QUE APRENDIMOS
- COMO PODEMOS SERVIR

¡Historia compartida!



#4

Acción

Hecho, acto u operación que implica actividad, movimiento o cambio y normalmente un agente que actúa voluntariamente, en oposición a quietud o acción no física.

Comparte



- CONTENIDO SE PONE A PRUEBA MEDIANTE SU PUBLICACIÓN
- NARRATIVA EN CONSTANTE DESARROLLO

¡Historia viva!

Vocabulario Compartido



Contenido Empático

ANÁLISIS DE EJEMPLOS

¿Cómo es este contenido empático?



Toy Factory Shows Puerto Rico

February 6 · 🌐


#TBT El pasado Viernes 31 de enero parte de nuestro #MagicTeam estuvo visitando el pueblo de Ponce. Enfocados en apoyar una comunidad educativa que surgió luego del terremoto en el sur del país el pasado 7 de enero. ✨

El Proyecto #HappyLearning es creado por tres hermanas comprometidas con la educación. Ellas con apoyo de la comunidad decidieron crear una escuela bajo carpas en el parque las Delicias en Ponce. ✨

Impactando a estudiantes de diferentes pueblos del área sur y teniendo una matrícula mayor de 300 estudiantes.

Nosotros llenos de AMOR, estuvimos creando **MAGIA y COLOR** para todos ellos, junto y acompañados de empresas que se unieron a este hermoso esfuerzo de amor el cual llamamos #ToyconamorporElSur ❤️

¿Cómo es este contenido empático?



¡A todos los Hounders! Este próximo 3 de abril, en @CafeLabbyLattequeLatte, podrás participar de un taller con café. Nuestra editora, Gaba Gotay, estará ofreciendo su taller introductorio a la redacción de narrativas desde la empatía, totalmente libre de costo. Te llevarás estrategias prácticas para implementar el modelo de Design Thinking a la hora de redactar contenido y podrás conectar con otros creativos mientras disfrutas de un cafecito. Detalles junto a este post o en la página del evento. ¡Espacios limitados! Reserva hoy. RSVP: thecreativeconfidential.com/free-workshop

Tema: Redacción de Contenido, diseñando narrativas que conecten con empatía.

Público: escritores, social media managers, content creators, freelance copywriters.

Día: viernes 3 de abril 2020

Hora: 5:30pm a 7:00pm

Lugar: Café Lab by Latte que Latte

¿Cómo es este contenido empático?



Gio Camacho Inc.

7 hrs · 🌐

→ Sales con tu pareja a comer, preguntas ¿donde comemos? Piensa, usualmente terminas en los mismos cinco lugares ¿porqué? pero peor aún luego de ver el menú terminas comiendo los mismos platos, aún cuando sabes que hay muchas alternativas.

→ Nosotros usualmente nos la jugamos "safe" y consumimos lo que conocemos, así se posicionan las marcas en nuestras mentes, así que si tienes un negocio nuevo tienes que trabajar en posicionarte, tienes que ser una alternativa de otro modo tendrás un negocio vacío.

#vamoallá ←

¿Cómo es este contenido empático?

Marker 101: How to Choose a Tip

0 Comments

3 Months ago by Brooke



We love to MAKE with markers, that's why we're excited for our new Marker Bar! But if you're a beginner, markers can be intimidating. They are more than just color, they also come in a variety of tips and inks.



¿Cómo es este contenido empático?



was looking to do something that was creative and entrepreneurial. I had a friend who was working in merchandising at another fashion brand, and she introduced me to some of her coworkers at a party. One of them was a recruiter, and the rest is history!

WHAT'S A TYPICAL DAY IN YOUR JOB LIKE? My days as a merchant are super-eclectic. I spend the morning digging into business with the team—what's working, what isn't and what are we doing about it? The rest of the day is spent in fittings, design reviews, marketing strategy sessions and store walk-throughs.

WHAT'S SOMETHING YOU'D WEAR TO STAND OUT AT AN INTERVIEW? A colorful, printed silk scarf tied like a turtleneck.



¿Cómo es este contenido empático?

Como preparar tu negocio para el COVID-19

coronavirus

- 1) **Cuida tu salud**, si te enfermas y estas 14 días en cuarentena, tu negocio podría sufrir.
- 2) Incluye servicios de entrega, vende online y vía llamada telefónica, **las personas no van a ir donde ti, tenemos que llegar a ellos.**
- 3) **Has visible a tu cliente tu esfuerzo de limpieza**, el cliente necesita sentir seguridad de que tu espacio está "libre" de COVID-19. Limpiar la mesa y la silla antes que un cliente se siente (aun cuando estén limpias), usar guantes, etc. podría hacer que tu cliente sienta seguridad en tu espacio y crear una fidelidad.
- 4) **Aprovecha la oportunidad para posicionar tu marca**, la gente está en un estado de excitación mental, sin embargo al quedarse en sus casas, se aburren, lo que provoca que el consumo en las redes aumente.

Crea contenido con el #trendingtopic y



Gio Camacho Inc.

March 12 · 🌐

Ok, no soy epidemiólogo pero GAD estoy casado con una 😂, nosotros como comerciantes necesitamos estar preparados pues el impacto a nuestros negocios viene.

Aquí comparto 4 tips de como "mitigar" los efectos del COVID-19 en sus negocios. Pronto haré un video con mas. #vamoalla



15 Shares



Like



Comment



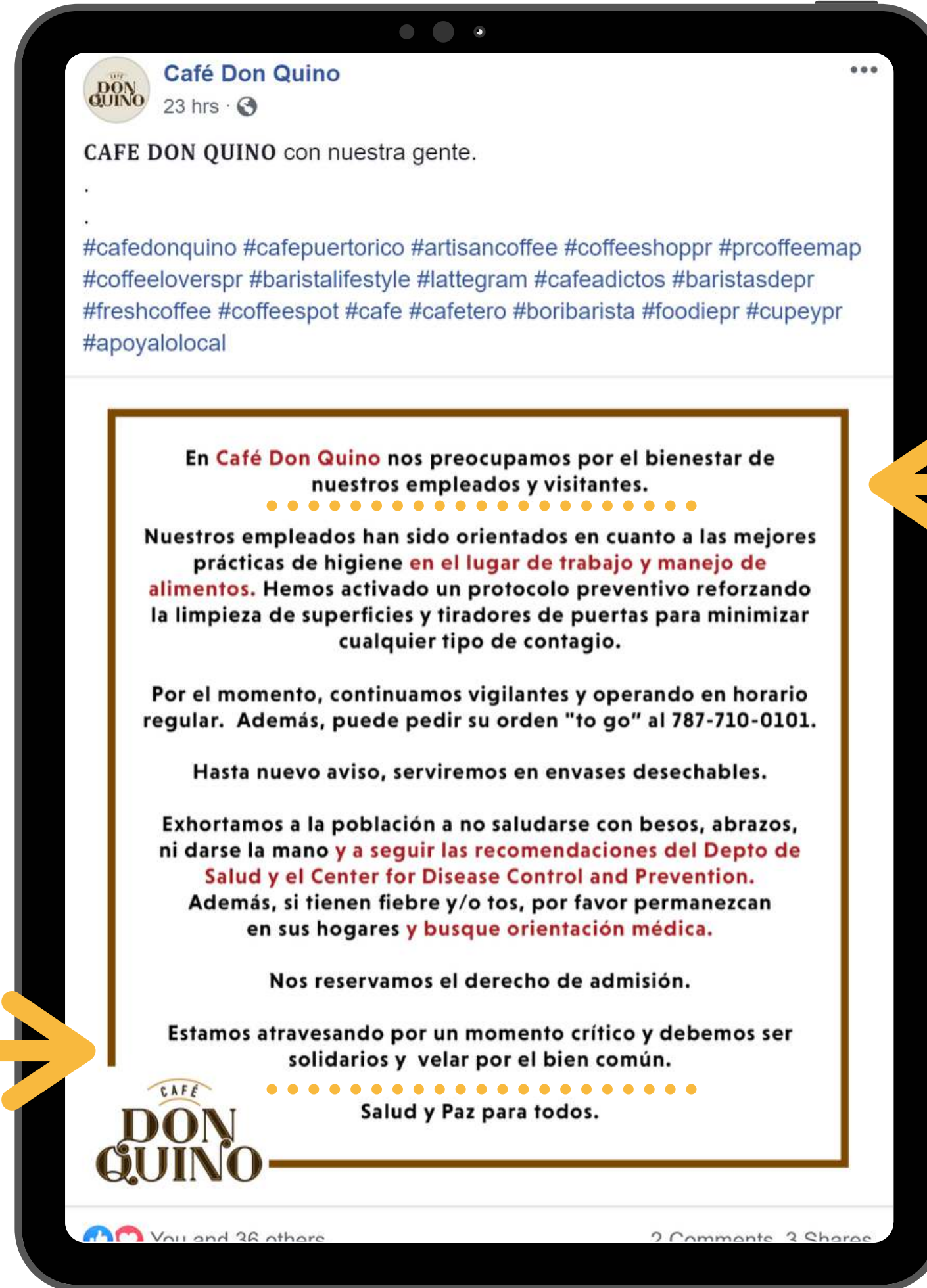
Share



Write a comment...



¿Cómo es este contenido empático?

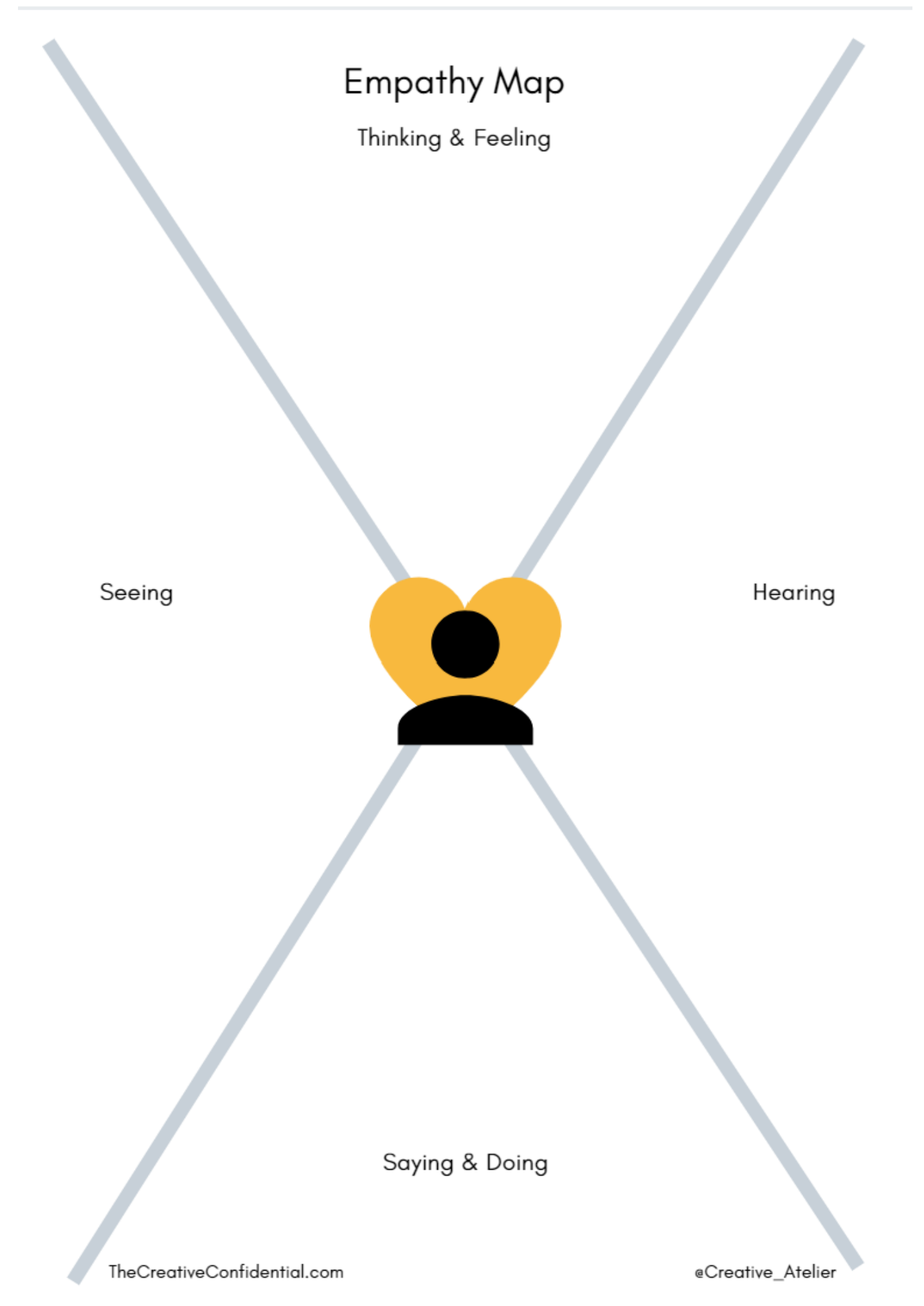


A woman with long brown hair, wearing a black floral top, is sitting at a wooden table in a cafe. She is typing on a silver laptop. In the foreground, there is a white cup of coffee and a glass of water with ice. The background shows a window with a view of a building with arches.

Implementación

Estrategia 1

EMPATHY MAP

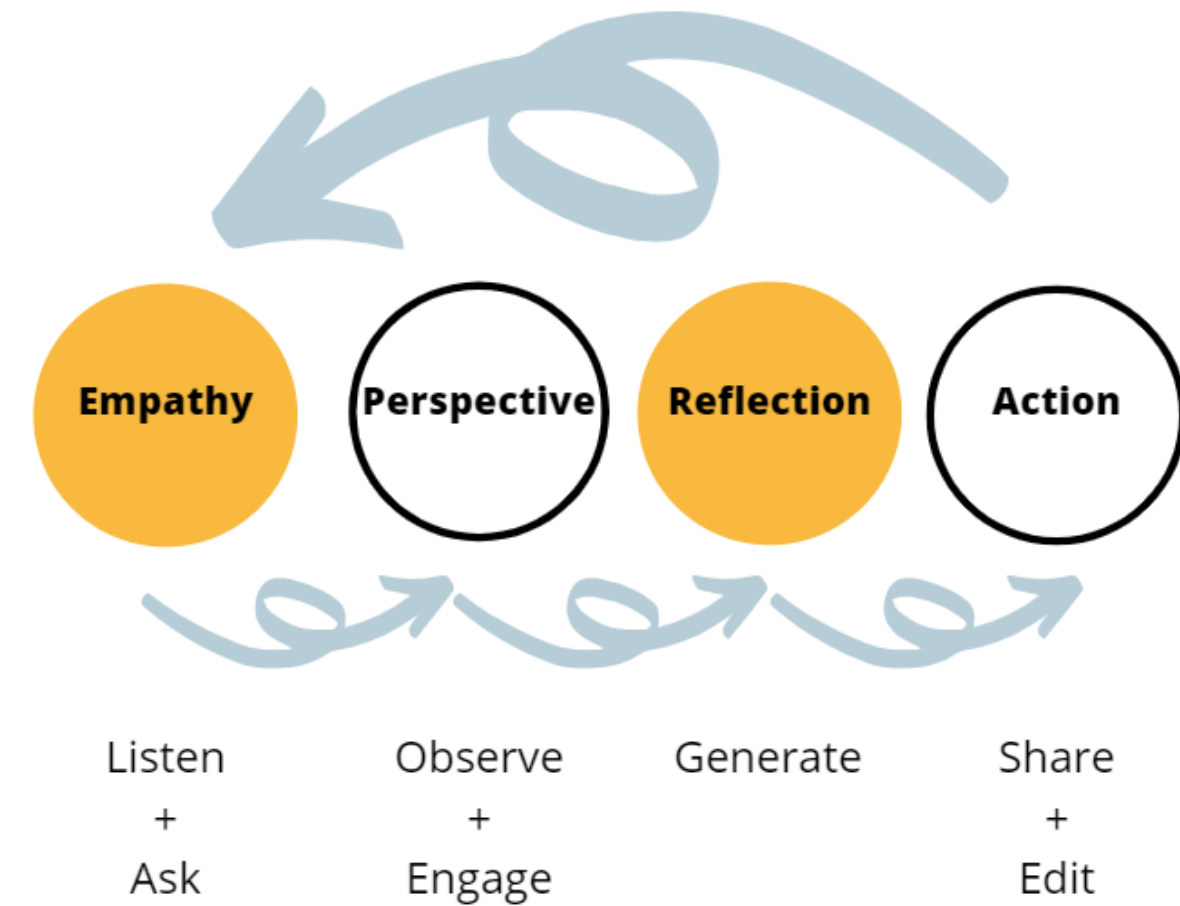




Estrategia 2

NARRATIVE (CONTENT) FLOW

Content Creation Strategy Narrative Flow



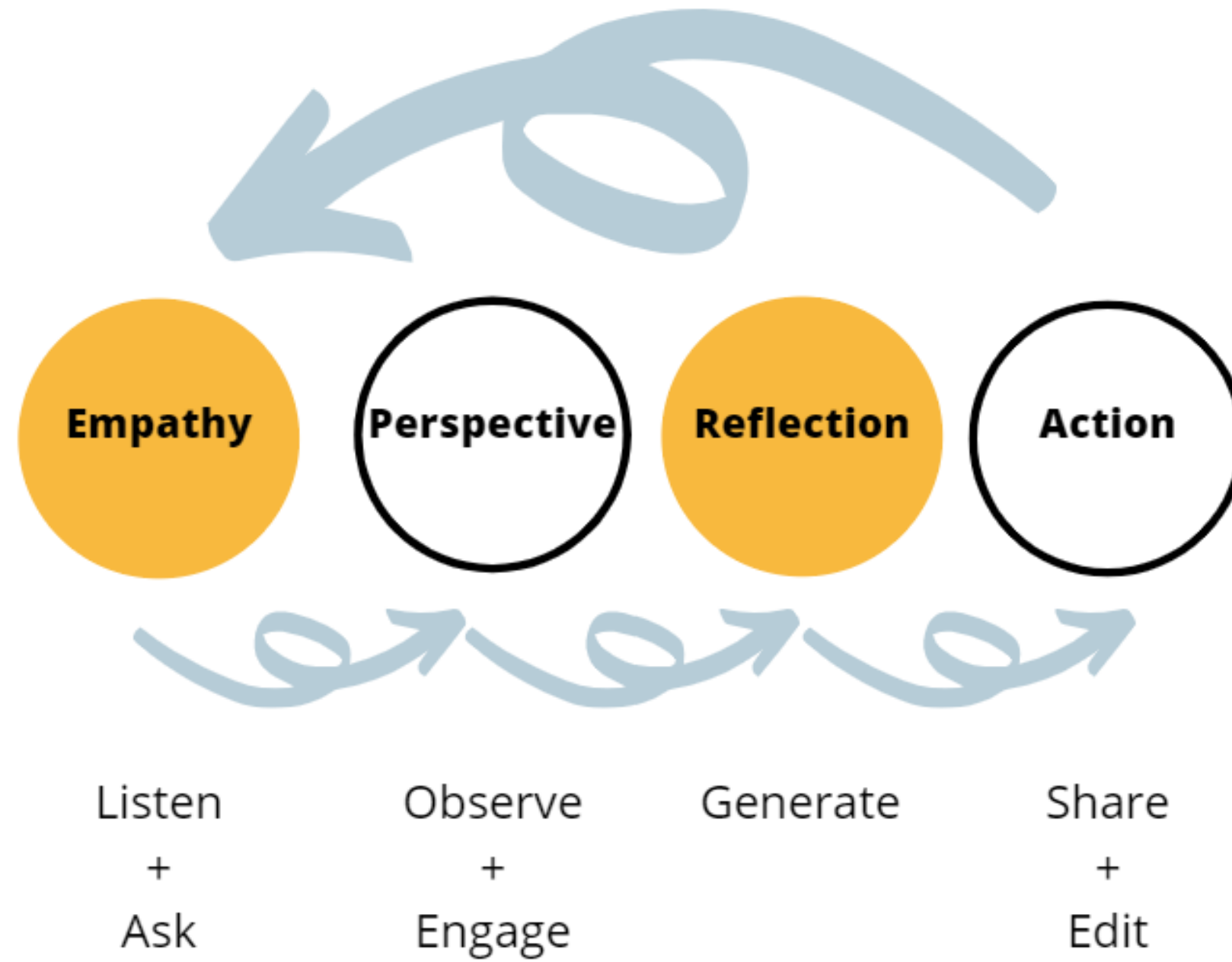
Situación:

Liza es una cliente y una mujer que vivió dentro de los estándares y normas. Limitó su vida por el tamaño y forma de su cuerpo.

Se ha sentido menos, fea y se compara mucho con otras personas, particularmente con otras mujeres.

Quiere empezar a amarse y subir su autoestima. Quiere atreverse a vivir sin seguir las reglas y sin escuchar a la gente que dice: una mujer de tu edad no debe hacer eso.

Content Creation Strategy Narrative Flow



Déjame pintarte un retrato con palabras. Déjame mostrarte lo que yo veo en el reflejo de tu espejo...



Worksheet

REVISIÓN DE CONCEPTOS

Resumen de una Página

Estrategia 1:

Estrategia 2:

Empatía...



Perspectiva...



Reflexión...



Acción...



Resumen de una Página

Estrategia 1: Empathy Map

Estrategia 2: Narrative Flow - Design Thinking

Empatía...



Perspectiva...



Reflexión...



Acción...



Lined writing area for notes, consisting of 20 horizontal lines.

A top-down view of a white ceramic coffee cup filled with dark coffee, set against a solid yellow background. The cup's handle is visible on the right side.

Recursos y Herramientas

Recursos Adicionales

ARTÍCULO SOBRE DESIGN THINKING/PENSAMIENTO DE DISEÑO

<https://uxdesign.cc/user-experience-is-design-thinking-2428a0a360c2>

<https://bienpensado.com/que-es-el-design-thinking/>

EJEMPLOS DE CONTENIDO EMPÁTICO

<https://blog.hubspot.com/marketing/empathetic-content-marketing-examples>

La Nueva Aventura de Simona (amazon.com/author/gabrielagotay)

ARTÍCULO SOBRE PERSPECTIVA

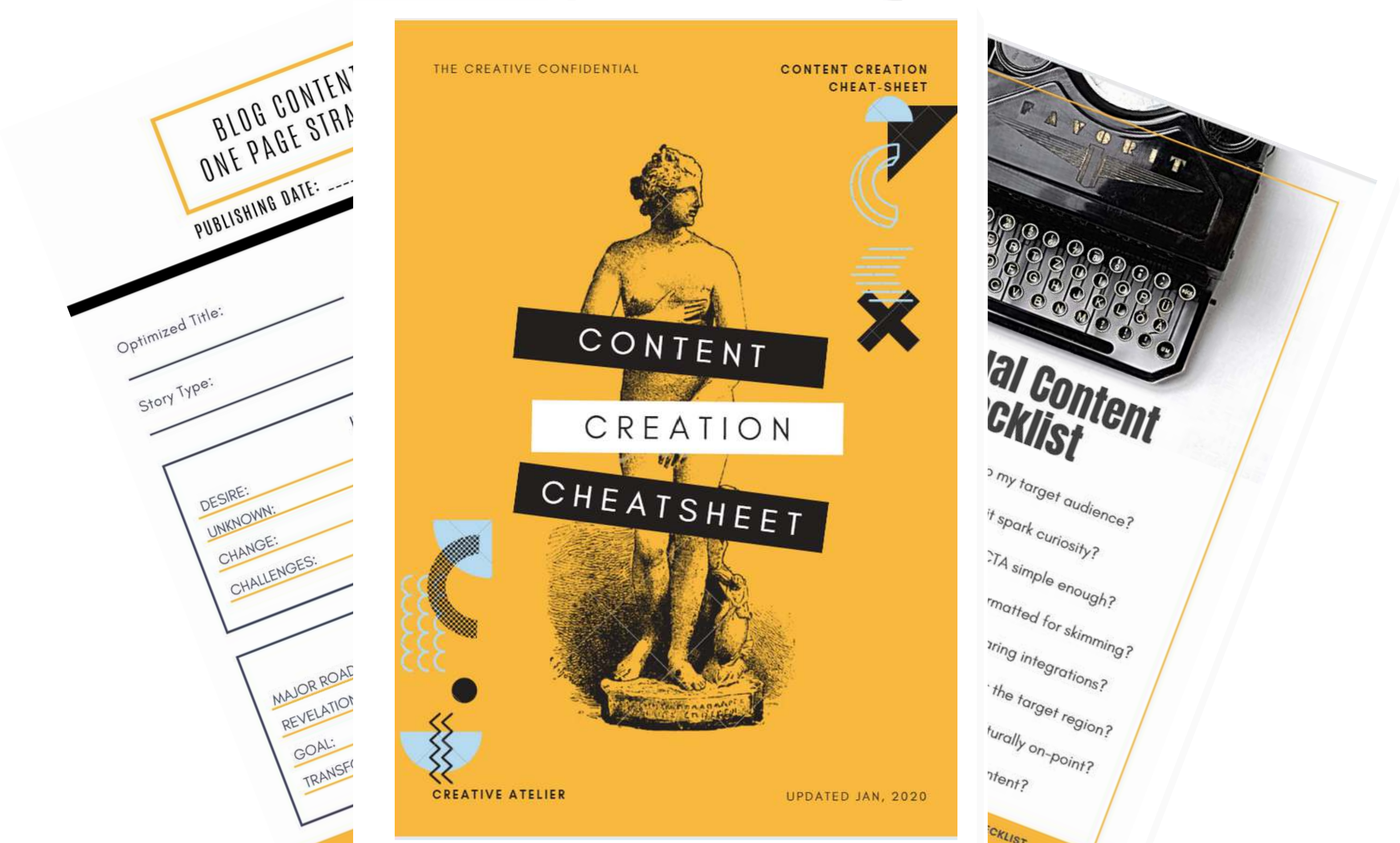
<https://conceptodefinicion.de/perspectiva/>

BLOG POSTS SOBRE EL TEMA DEL TALLER

bit.ly/WhyEmpathy4Biz

bit.ly/YourTribesPerspective

bit.ly/ReflectionAndAction



bit.ly/YourBundle2020



THE CREATIVE CONFIDENTIAL BLOG

The Creative Confidential
Community:

**[facebook.com/groups/
creativeconfidential](https://facebook.com/groups/creativeconfidential)**

¡Gracias y nos vemos pronto!