

MULTIGREEN

COMO HACER VÍDEOS SOSTENIBLES

“Cambiar las mentes para cambiar el medio ambiente”

● REC



00:00:00

3...2...1......1...2...3

HD



Funded by
the European Union

ERASMUS+ CREATIVE PEOPLE FOR GREENER CITIES

Este manual es el resultado del proyecto Creative People for Greener Cities (MULTIGREEN) No. 2021-1-LV01-KA220-VET-000030305 bajo el programa Erasmus+, Acción Clave 2: Cooperación entre instituciones de formación profesional. Financiado por la Unión Europea. Las opiniones y puntos de vista expresados solo comprometen a su(s) autor(es) y no reflejan necesariamente los de la Unión Europea o los de la Agencia Ejecutiva Europea de Educación y Cultura (EACEA). Ni la Unión Europea ni la EACEA pueden ser considerados responsables de ellos.

Centros que participan:

Daugavpils Dzina un mākslas vidusskola Saules skola Saules iela 6/8, Daugavpils, Letonia
<http://www.saules.lv>

Scuola d'arte Applcata Andrea Fantoni Via Angelo Mattei, 35, Bergamo, Italia
<http://www.scuolafantoni.it>

CIFP Mendizabala LHII
 Calle Portal de Lasarte Kalea, 23, 01007 Vitoria-Gasteiz, Araba, España
<https://www.mendizabala.eus>

Secondary School of Art and Design Brno Husova 537/10, 602 00 Brno, República Checa
<https://www.ssudbrno.cz>

Financiado por el Programa Erasmus+ de la Unión Europea.

Edición de texto:
 Ondrej Klus (Rep. Checa)
 Daniela Conte (Italia)
 Barbara Ventura (Italia)
 Olga Krumpálová (Letonia)
 Luis Nogales (España)
 Javier Larroza (España)

Diseño gráfico y maquetación:
 Ivan Matousek (Rep. Checa)

Corrección y revisión:
 Verónica Pesnova (Rep. Checa)

Fotografía:
 Ivan Matousek, Jana Urbanová (Rep. Checa)
 Alessandro Villa, Tea Adam (Italia)
 Agnese Le kuse, Vlada Dmítríeva (Letonia)

Traducción:
 Verónica Pesnova (Rep. Checa) Martina Cosa (Italia)
 Agnese Le kuse, Dace Brūhovecka (Letonia)
 Alba Palenzuela (España)

Agradecimientos especiales:

Kamila Richterová, Martina Petrová (Rep. Checa), Michal Balcar, Valentín Nán, Sergio Vison, Víctora Guadalupe, Federico Pelucchi, Katiuska Ratto (Italia), Inguna Kokina, Darja Pokova, Aivar Buls, Kriss Smilders, Vilis Kaukals (Letonia), Andrea Zarate Oate, Alfredo Fernández de Pinedo Molinero, Iñaki Ruiz de Arechavaleta Cundín, Javier Otxoa de Alazá Pérez (España).



MULTIGREEN



SCUOLA
D'ARTE
**ANDREA
FANTONI**



**SAULES
SKOLA**

MENDI
zabala

L'iko Ikastetxe Integratua | Centro Integrado de FP |  **ikasLAN**

STŘEDNÍ ŠKOLA UMĚNÍ A DESIGNU
A VYŠŠÍ ODBORNÁ ŠKOLA BRNO
PRÍSPĚVKOVÁ ORGANIZACE

šučka



**Funded by
the European Union**

CONTENIDOS

6	INTRODUCCIÓN
9	PROYECTO MULTIGREEN
10	ESCUELAS Y EXPERTOS
21	ANÁLISIS DEL PROBLEMA
22	¿CUÁL ES EL OBJETIVO?
24	¿EN QUÉ PROYECTOS NOS ENFOCAMOS?
27	HISTORIAS A TRAVÉS DE VÍDEOS
28	PRESENTAR UNA IDEA
31	EL PODER DE LA PERSUASIÓN
32	HISTORIAS A TRAVÉS DE LA LENTE DE LA CÁMARA
34	HISTORIAS SOBRE CUESTIONES
36	CONSEJOS PARA CONTAR HISTORIAS
42	EL MUNDO A TRAVÉS DE LA CÁMARA
47	LA IMPORTANCIA DEL PENSAMIENTO DE DISEÑO Y LA SOSTENIBILIDAD

48	LA TEORÍA DEL PENSAMIENTO DE DISEÑO
50	¿ES REALMENTE SOSTENIBLE?
56	LOCALIZAR LAS OPORTUNIDADES Y APROVECHARLAS
61	VENDER UNA IDEA
62	VENDER UNA IDEA
65	¿ESTARÁS DISPUESTO A ESCUCHAR?
70	DISCURSO EFECTIVO
75	PROYECTOS QUE INSPIRAN
76	¿QUÉ HA CAMBIADO?
81	FORMAR UN EQUIPO
82	¿QUÉ HEMOS APRENDIDO?
85	MÁS ALLÁ DE CAPTURAR LA REALIDAD
86	PROYECTOS QUE INSPIREN AL RESTO
89	HABLA DE MANERA QUE TE ESCUCHEN
90	CONCLUSIÓN

INTRODUCCIÓN

Bienvenidos/as al Manual Multigreen, una guía detallada para crear vídeos que conciencien sobre la importancia del medio ambiente.



En una época en la que el contenido visual juega un papel significativo en la formación de opiniones e inspiración para la acción, aprovechar el poder del vídeo para abogar por un mundo más verde nunca ha sido tan esencial. En este manual, exploraremos el arte del diseño verde, proporcionando el conocimiento y las herramientas necesarias para producir vídeos convincentes que eduquen, cautiven e inspiren a la gente a adoptar prácticas sostenibles. Ofreceremos herramientas para presentar las ideas desde la conceptualización hasta la post-producción; profundizaremos en los principios y técnicas clave que pueden transformar tus vídeos en potentes catalizadores para el cambio.

A lo largo de este manual, nos inspiraremos en expertos en diseño verde, cine y oratoria, examinando estrategias exitosas y buenas prácticas. Además, exploraremos estudios de caso y ejemplos del mundo real que muestren el impacto positivo de los vídeos eco-conscientes en comunidades, políticas y el medio ambiente en general.

Si estás comenzando tu trayectoria como convencionalista con visión, o eres un activista ambiental que intenta ser escuchado, este manual te proporcionará una sólida base en principios y técnicas de diseño verde. Al utilizar este conocimiento y aplicarlo a tu proceso de diseño y creación de vídeos, podrás crear vídeos visualmente impactantes y emocionalmente poderosos que impulsen un cambio positivo y contribuyan a un futuro sostenible, y podrás promocionarlos con presentaciones poderosas. Así que, embarquémonos juntos en este emocionante viaje y utilizemos el poder transformador del vídeo para inspirar, educar y dar forma a nuestro mundo con el fin de mejorarlo.



Estudiantes en un proyecto en Letonia



PROYECTO MULTIGREEN

*“Cambiar las mentes para
cambiar el medio ambiente”*

El enfoque principal del proyecto es mejorar la calidad de la formación y la competitividad de los graduados/as en formación profesional mediante el desarrollo de sus habilidades de presentación de videos sobre temas de importancia global, como la mejora de la infraestructura verde en entornos urbanos. Los estudiantes han sido capacitados en la creación de videos de presentación de conceptos y en la capacidad de llamar la atención sobre las oportunidades de infraestructura verde para mejorar la calidad de vida.

El proyecto Multigreen se esfuerza por transformar la formación profesional y capacitar a sus graduados/as con un conjunto importante de habilidades. En el centro de esta iniciativa estaba el compromiso de mejorar la competitividad de los graduados/as. A través de un enfoque en el desarrollo de sus habilidades de presentación de videos, nuestro objetivo era dotar a los estudiantes con las herramientas que necesitan para tener éxito en un panorama profesional en constante evolución.

A lo largo de su trayectoria educativa, los estudiantes emprendieron una experiencia de aprendizaje. Se sumergieron en el arte de la producción de videos en reuniones del proyecto en Letonia, explorando los matices de la redacción de guiones, la narración visual y las técnicas de comunicación efectiva. Al fusionar la destreza técnica con una comprensión de temas de importancia global en reuniones del proyecto en España, mejoraron en pensamiento verde y diseño. El arte de crear videos para presentar conceptos impactantes que resuenen en diversos ambientes se desarrolló en reuniones en Italia. Todas esas habilidades fueron puestas a prueba y reforzadas con un concurso internacional de videos.



The "Mur des Canuts" mural in Lyon is covering an area of 1,200 m². It was produced by the Atelier de la Création cooperative of artists in 1987.



Arriba a la derecha: proyecto en Letonia.

ESCUELAS Y EXPERTOS

Esta guía ha sido diseñada por un grupo de expertos internacionales con una amplia variedad de habilidades y una gran experiencia. Desde los aspectos más detallados para realizar un vídeo hasta el pensamiento abstracto sobre el eco-diseño y la sostenibilidad, cada tema está cubierto por un experto con experiencia que comparte su conocimiento en las páginas de esta guía.



España

Nuestro centro

CIFP Mendizabala LHII es un centro de formación profesional situado en Vitoria-Gasteiz, España. El centro ofrece una amplia variedad de grados de formación profesional dirigidos a jóvenes estudiantes que desean introducirse rápidamente en el mundo laboral y/o que quieren proseguir después sus estudios en la universidad. Junto con el sector privado, también ofrecen cursos de formación permanente y de aprendizaje permanente. El centro trabaja en distintas materias con diferentes agencias. A nivel local, trabaja junto con aproximadamente 200 compañías y colaboran en los programas de prácticas en empresas, algunos de los cuales han sido diseñados de manera personalizada y otros, como el programa de formación Dual, forman parte de las ofertas habituales del centro. Asimismo, colaboran con el ayuntamiento, las organizaciones municipales y otras agencias de desarrollo de la zona.

Nuestros expertos



Luis Nogales

Me llamo Luis Nogales y soy el secretario del centro de formación profesional CIFP Mendizabala LHII y coordinador de programas internacionales. He ocupado este cargo durante más de 20 años. Mi experiencia radica en coordinar varios programas Erasmus+ y en gestionar la escuela como secretario. Entre mis cargos anteriores se incluyen el de ser instructor técnico del departamento de Audiovisuales. Ha sido un placer aportar mis habilidades al proyecto Multigreen y contribuir a su éxito.



Javier Larroda

Me llamo Javier Larroda y soy profesor de inglés en el centro de formación profesional CIFP Mendizabala LHII. Tengo 12 años de experiencia en la enseñanza y 1 año en la coordinación de programas Erasmus+. Mi experiencia se centra en la educación secundaria y la formación profesional. En mis cargos anteriores, colaboré junto con otros proyectos KA2 junto con TKNKA (el Instituto de Innovación para la Educación y Formación Profesional).



Izquierda: Centro de formación profesional CFP Mendizabala LIII situado en Vitoria-Gasteiz (España), edificio principal.



Letonia

Nuestro centro

La Escuela Secundaria de Arte y Diseño Saules Skola de Daugavpils es una escuela de formación profesional en Letonia. Saules Skola es un prestigioso proveedor de conocimientos, educación y formación profesional de calidad, con una infraestructura moderna y de vanguardia y un personal docente altamente profesional. La escuela ofrece varios programas de educación profesional secundaria, un programa educativo orientado profesionalmente (Escuela de Arte Infantil) y programas de educación para adultos en el campo de las artes visuales y el diseño de productos. Los graduados/as de la escuela se convierten en especialistas cualificados en diseño, y sus habilidades les permiten ejercer su profesión como trabajadores independientes, trabajar para empresas públicas o privadas, o continuar sus estudios en la universidad.

Nuestros expertos



Darja Polakova

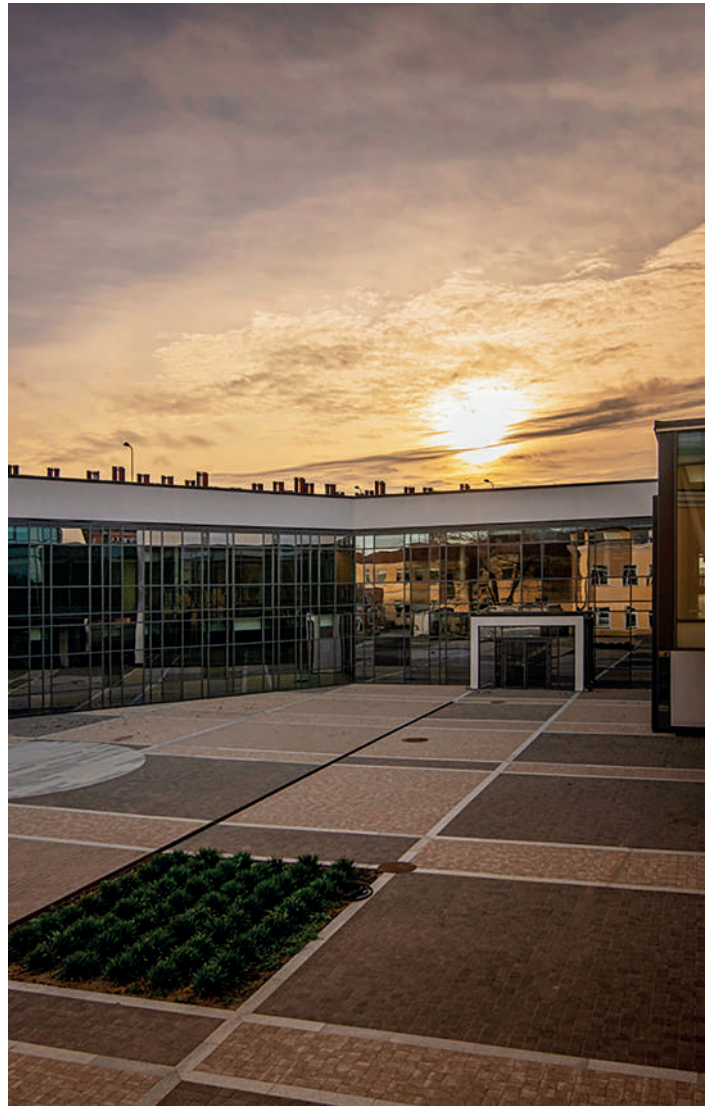
Darja Polakova es una cineasta con 10 años de experiencia en la industria, involucrada en varios roles: 1º asistente de dirección / 2º asistente de dirección / Directora / Editora en cortometrajes, largometrajes, documentales, videos corporativos, informes de ONG, comerciales y más. Darja se graduó en el Instituto Gerasmov de Cinematografía (directora de televisión, cine y video) y posee amplios conocimientos en producción y comunicación mediática, con experiencia práctica en tecnología cinematográfica y software, así como habilidades empresariales. Darja es una profesional altamente creativa, concienzuda e innovadora, con habilidades sobresalientes en comunicación y liderazgo.



Avars Buls

Avars Buls es el jefe del programa educativo de Artes y Tecnologías Audiovisuales en Saules. Avars se graduó en la Universidad de Daugavpils con un máster en Artes Visuales. Es un experimentado profesor de fotografía con una gran pasión por compartir ese arte con estudiantes de diversas edades. Avars posee un amplio conocimiento en metodologías instructivas. Es reconocido por su creatividad, experiencia técnica en equipos de fotografía y video, fotografía digital, producción de video y Adobe Creative Suite. Avars también es un colaborador habitual en proyectos y actividades interdisciplinarias a nivel nacional e internacional.

Derecha: Saules skola, edificio moderno.
Abajo: Saules skola, edificio histórico.



SCUOLA D'ARTE APPLICATA ANDREA FANTONI



Italia

Nuestro centro

Desde su fundación en 1898, la Scuola d'Arte Applicata Andrea Fantoni siempre ha estado fuertemente orientada hacia la educación de calidad y la formación profesional. Es reconocida como una escuela privada por el Ministerio de Educación y ofrece un programa de educación artística a través de tres departamentos: Bellas Artes, Arquitectura y Multimedia Audiovisual. Debido a su tradición y actividades, goza de renombre entre las instituciones públicas, supervisando más de 200 programas de prácticas cada año entre estudiantes y empresas, así como múltiples programas con acuerdos entre organizaciones e instituciones públicas para implementar proyectos específicos.

Nuestros expertos



Andrea Valot

Andrea Valot es el Director de Arte de RIBO Beyond Expectations, una empresa ubicada en Oro al Serio, cerca de la ciudad de Bergamo. Su misión es guiar a los clientes en el mundo de las comunicaciones integradas y ayudar a que sus negocios crezcan más allá de las expectativas. Andrea cuenta con más de 15 años de experiencia en diseño gráfico, trabajando con una amplia gama de clientes y agencias. Actualmente, se enfoca en campañas de marketing integradas, diseño de marca e identidad corporativa, diseño web, ilustración digital, publicación visual y mucho más. Es padre de 6 gatos y un amante desesperado del café.



Barbara Ventura

Barbara Ventura se graduó en Arquitectura, especializándose en Diseño de Interiores. Siempre ha llevado a cabo su actividad profesional con un enfoque ecléctico, pasando desde la arquitectura de espacios de trabajo hasta el diseño de interiores, objetos y gráficos para comunicaciones. Desde 2013 hasta 2014, ejerció como asesora de la Asociación de Arquitectos de Bergamo. En 2013 cofundó FabLab Bergamo y en 2014 el laboratorio de diseño social CODEs gn. En los últimos años, ha estado involucrada en proyectos de instalación y ha impartido clases en la Universidad de Bergamo y en la Academia de Bellas Artes de Carrara en Bergamo.



Izquierda: interior.
Abajo: edificio principal.



ESCUELA SECUNDARIA DE ARTE Y DISEÑO DE BRNO

STŘEDNÍ ŠKOLA UMĚNÍ A DESIGNU
A VYŠŠÍ ODBORNÁ ŠKOLA BRNO
PRÍSPĚVKOVÁ ORGANIZACE

šůčka

República Checa

Nuestro centro

Esta escuela secundaria de Arte y Diseño comprende 12 programas de estudio especializados en arte y diseño: Diseño de interiores/diseño textil, Diseño de interiores, Diseño de productos, Diseño gráfico, Diseño de videojuegos, Diseño de movimiento, Diseño de eco-textiles, Diseño de moda, Arte espacial y multimedia, Fotografía, Ilustración y Pintura.

Dentro de todas las áreas de estudio, se añaden aproximadamente 500 estudiantes a combinar tecnologías tradicionales y emergentes de arte y diseño con un enfoque especializado en asuntos ecológicos. Los planes de estudio ofrecidos en la escuela aseguran que los estudiantes aprendan una amplia gama de habilidades útiles que les servirán a lo largo de sus diversas carreras.

Nuestros expertos



Ondřej Klus

Ondřej Klus comenzó su trayectoria poco después de graduarse de la universidad, donde estudió producción cinematográfica y aprendió a convertir temas complejos en narrativas convincentes. Facilitó intercambios juveniles como conferenciente en narrativa visual y realización cinematográfica básica. Esta oportunidad lo llevó a la Escuela Secundaria de Arte y Diseño, donde se ha mantenido como profesor de video y cofundador del departamento de Arte de Videojuegos, utilizando todos los recursos informales para mejorar la experiencia de sus estudiantes. Con el equipo de Multigreen, es responsable de reunir todas las partes de este manual.



Ivan Matousek

Hola, mi nombre es Ivan Matousek y he sido profesor de Diseño Gráfico, Modelado 3D y Visualización durante más de 12 años. Enseñé a estudiantes en la Escuela Secundaria de Arte y Diseño, en los departamentos de Diseño de Interiores y Textiles, Diseño de Moda y en la Escuela Profesional Superior de Arte y Diseño. Estudié Bellas Artes y Arte Visual en la Facultad de Educación de la Universidad Masaryk en Brno. En representación del equipo checo, me he encargado de la parte visual de este manual de Multigreen.

Derecha: edificio en la calle Husova.
Abajo: edificio histórico y su interior
en la calle Francouzská.





ANALYSIS DEL PROBLEMA

¿Cuál es el objetivo?

¿En qué proyectos nos enfocamos?

Historias a través de vídeos

Presentar una idea

¿Cuál es el objetivo?

El objetivo principal de este manual es mejorar la competitividad de los/las lectores/as en el mercado laboral mediante el desarrollo de sus habilidades en la producción de video y la presentación.

El proyecto se centra específicamente en temas de importancia global, con un énfasis en el diseño ecológico y la mejora de la infraestructura sostenible en entornos urbanos. Al capacitar a los estudiantes con la habilidad de crear videos de presentación de conceptos, el proyecto busca llamar la atención sobre las oportunidades proporcionadas por la infraestructura verde y su potencial para mejorar la calidad de vida.

A través de esta iniciativa, los estudiantes se volverán competentes en técnicas de producción de video, narración efectiva y comunicación persuasiva, lo que les permitirá abogar por prácticas sostenibles e inspirar un cambio positivo en sus comunidades.





¿En qué proyectos nos enfocamos?

Cuando hablamos de proyectos sostenibles nos referimos a iniciativas amistosas con el medio ambiente que se implementan a pequeña escala y de manera localizada. Esos proyectos están destinados habitualmente a tratar temas de sostenibilidad y promover prácticas que conciencien sobre el ecologismo en un ámbito limitado, como, por ejemplo, una comunidad específica, un vecindario o una organización. Aunque sea a pequeña escala, el impacto de estas prácticas puede ser muy relevante para promover la conciencia sobre la importancia del medio ambiente, la preservación de nuestros recursos y los estilos de vida sostenibles

Ejemplos:

Huertos comunitarios: Establecimiento de pequeños huertos en áreas urbanas o rurales para promover la producción local de alimentos, fomentar la participación comunitaria y reducir la huella de carbono asociada con el transporte de alimentos.

Iniciativas de reciclaje: Implementar programas de reciclaje dentro de una comunidad u organización específica, que incluyan una adecuada segregación de residuos, educación y desarrollo de infraestructura para desviar los desechos de los vertederos y promover prácticas de reciclaje.

Campañas de educación medioambiental: Realizar talleres, seminarios o campañas de concienciación centrados en prácticas sostenibles, conservación y responsabilidad ambiental.

Desafíos de construcción ecosostenibles: Incorporar principios de construcción verde en la construcción o renovación de estructuras residenciales o comerciales, como una eficiente aislación, calefacción y refrigeración pasivas, y el uso de materiales sostenibles.

Iniciativas de transportes sostenibles: Promover el uso compartido de automóviles, el transporte público o la adopción de vehículos eléctricos dentro de una comunidad u organización específica para reducir las emisiones de carbono asociadas al transporte. Estos proyectos verdes a pequeña escala demuestran que incluso los esfuerzos localizados pueden contribuir a un futuro más sostenible al fomentar la gestión responsable de recursos, aumentar la conciencia sobre problemas ambientales e inspirar a otros a adoptar prácticas respetuosas con el medio ambiente.



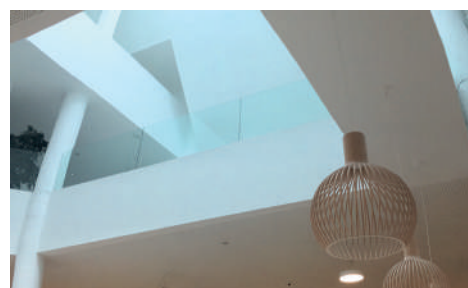
Estudiantes visitan huertos comunitarios en Vitoria-Gasteiz, España.



Charla sobre reciclaje en Vitoria-Gasteiz, España.



Estudiantes visitan algunos huertos comunitarios de Vitoria-Gasteiz, España.



Estudiantes visitan edificios diseñados de manera eco-sostenible en Vitoria-Gasteiz, España.



Estudiantes haciendo una ruta por Vitoria-Gasteiz, España



Historias a través de vídeos

Promover soluciones ecológicas a través de vídeos se ha convertido en una herramienta cada vez más importante para generar conciencia y educar a la gente sobre temas ambientales. Los vídeos ofrecen una manera poderosa y atractiva de comunicar conceptos complejos y pueden ayudar a cerrar la brecha entre la investigación científica y la divulgación pública. Al presentar soluciones ecológicas en un formato accesible y visualmente convincente, los vídeos pueden inspirar a las personas a tomar medidas y realizar cambios positivos en su vida diaria. La capacidad de simplificar eficazmente mensajes complejos es una habilidad

clave en la que se enfoca este manual.

Los vídeos tienen la capacidad de llegar a una amplia audiencia. Con el auge de las redes sociales y las plataformas digitales, los vídeos ahora pueden ser compartidos y vistos por millones de personas en todo el mundo. Esto presenta una oportunidad significativa para involucrar a audiencias diversas, incluso aquellas que pueden no estar buscando activamente información sobre problemas ambientales. Esto puede contribuir a crear un ciclo de retroalimentación positivo, donde la adopción de soluciones ecológicas se vuelva cada vez más extendida y normalizada. Asimismo, los vídeos también

pueden desempeñar un papel importante en la defensa y la formulación de políticas. Al presentar evidencia científica y argumentos convincentes en un formato visual, los vídeos pueden ayudar a influir en la opinión pública y en la toma de decisiones políticas. Esto puede ser especialmente importante en casos en los que las soluciones ecológicas enfrenten oposición o resistencia de intereses poderosos. A través del vídeo, podemos observar directamente los efectos perennes del cambio climático y presentar la solución al mismo tiempo. Este manual proporcionará herramientas para aprovechar ese potencial.





Presentar una idea

El momento actual de presentar una idea a menudo puede tener el efecto de enterrarla por completo o, por el contrario, salvarla de ser abandonada. En el caso de promover la ecología, una presentación bien preparada y un marketing efectivo son herramientas esenciales para el éxito de la idea. Al presentar información de manera clara y convincente, y al llegar a diversas audiencias a través de estrategias de marketing dirigidas, podemos maximizar el impacto de nuestros esfuerzos. La presentación es un multiplicador frente al cual extendemos la eficacia de nuestras ideas.

Una presentación bien preparada puede ayudar a comunicar conceptos complejos de manera accesible y atractiva para la audiencia. Al utilizar elementos visuales, elementos interactivos y un lenguaje claro y conciso, los presentadores pueden ayudar a transmitir mensajes clave e inspirar acciones. Una presentación sólida también puede construir confianza y credibilidad al demostrar experiencia y una comprensión profunda de los problemas en cuestión.

Este manual te guiará a través de los pasos necesarios para preparar una presentación,

teniendo en cuenta para que tu presentación sea impactante y estrategias de seguimiento para aprovechar el compromiso obtenido por tu audiencia. Al utilizar estas herramientas para educar, inspirar y movilizar al público, es posible construir apoyo para proyectos y políticas sostenibles.





EL PODER DE LA PERSUASIÓN

La comunicación exitosa va más allá de la simple transferencia de información y requiere involucrar a la audiencia a un nivel emocional. La narración de historias es una herramienta poderosa que puede transferir información, inspirar, enseñar, aclarar y movilizar. Ayuda a desarrollar la confianza, aumentar la retención de conocimientos y alentar a la audiencia a tomar medidas. En el primer capítulo de esta sección, nos sumergiremos en estos temas.

Historias a través de la lente de la cámara

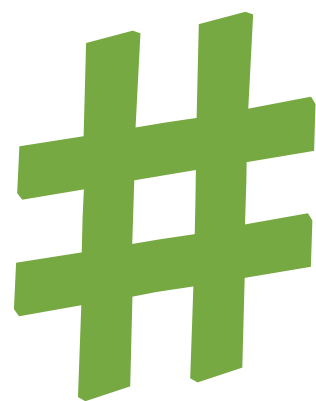
Historias sobre cuestiones

¿Cuál es tu historia?

El mundo a través de la cámara



Historias a través de la lente de la cámara



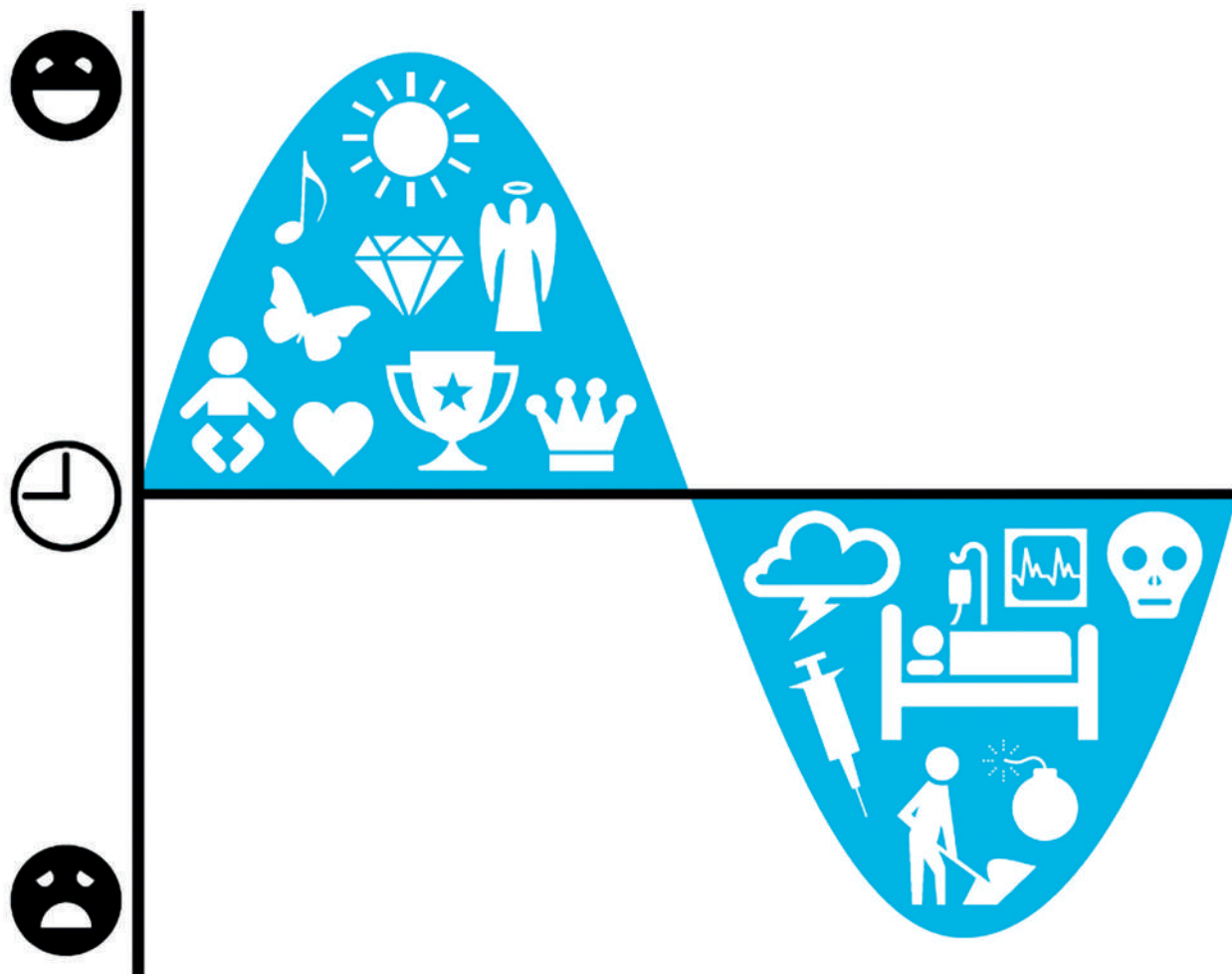
La comunicación efectiva va más allá de simplemente transmitir información; se trata de involucrar a tu audiencia. Si estás pidiendo a alguien que haga algo (como pedir a los que toman las decisiones que respalden tu idea de diseño), entonces debes lograr que les importe. Tienes que conectar emocionalmente con tu audiencia al contar tu historia. El poder de la narración ayuda a transferir información, inspirar, enseñar, aclarar y motivar. Las narrativas pueden ser útiles para desarrollar confianza con la audiencia, aumentar la retención de conocimientos, así como la capacidad y disposición de la audiencia para aprender y actuar.

Los proyectos de diseño suelen ser complejos, abordando cuestiones conceptuales, técnicas y financieras, mientras que la comunicación de ideas debe ser clara y comprensible. La narración de historias, la antigua herramienta de usar historias para comunicar información, tiene el potencial de darle un significado a lo que se está presentando. Puede motivar y comprometer a la audiencia y dar relevancia a la realidad.



Taller sobre la narración de historias en Letonia.





Historias sobre cuestiones

Kurt Vonnegut, un escritor y humorista estadounidense, es bien conocido por sus novelas satíricas y humorísticas con un tono oscuro.

La contrabucción de Vonnegut a la teoría de la narración no debe subestimarse. En 1995, presentó una idea en forma gráfica que los escritores han explorado durante siglos: las historias siguen arcos emocionales que pueden tener formas diferentes y algunas for-

mas son más adecuadas para contar historias que otras. El sistema simplificado es: el E y Y representan la buena y mala fortuna, y el E y X representa el principio y el final de una historia.

Las series lineales argumentales básicas de Vonnegut son:

- De la pobreza a la riqueza (ascenso)
- De la riqueza a la pobreza (caída)
- El hombre en el agujero (caída, luego ascenso)
- Caro (ascenso, luego caída)
- Cencenta (ascenso, caída, ascenso)
- Edipo (caída, ascenso, caída)

Hay historias simples con un as-

censo o una caída, o

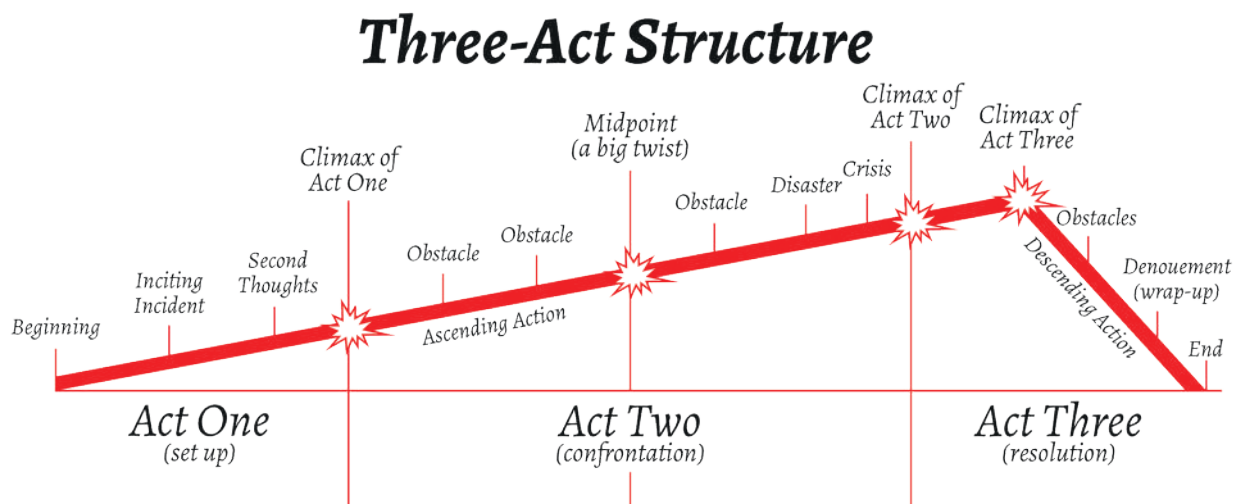
historias semicompletas que involucran una sección o alcance más amplio de la curva dramática. También hay historias muy completas que son más complicadas en naturaleza y a menudo abarcan un alcance más amplio de la curva dramática.

Cada historia es única. Pero comprender y, lo que es más importante, entender otros aspectos como la curva dramática y los arcos típicos de las historias, puede ayudarte a obtener perspectiva y descubrir el principio o natural, las vueltas dramáticas y el final de tu historia.

Estructura narrativa de tres actos

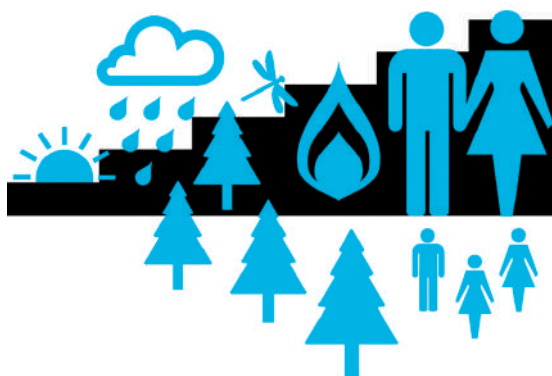
Cualquier historia que valga la pena contar tiene un principio, un desarrollo y un desenlace. Esta estructura de tres actos es esencial para crear un arco narrativo satisfactorio. En general, esta estructura incluye los siguientes puntos de trama:

- Una exposición que introduce a los personajes y el entorno al principio.
- Un incidente incitante que pone a los personajes en su viaje.
- Una serie de eventos y acciones crecientes que constituyen el conflicto de la historia.
- Varios puntos de inflexión.
- Un clímax emocionante.
- Y una resolución que lleva la historia a su conclusión.



Dato interesante: En 2016, un grupo de investigadores del Laboratorio Computacional de Historias de la Universidad de Vermont en Burlington demostró que la tesis de Vonnegut era correcta. Además, descubrieron que algunos de los arcos narrativos eran considerablemente más exitosos que otros. El equipo de investigación pudo identificar qué arcos atraían a los lectores. Descubrieron que "Ícaro", "Edipo" y "Hombre en el agujero" eran los tres arcos emocionales más exitosos.

Historia de la creación



En muchas historias de creación de diversas culturas, la humanidad recibe dones incrementales de una edad. Primeramente, elementos fundamentales como la tierra y el cielo, luego cosas más pequeñas como gorriones y teléfonos celulares. Sin embargo, no es una forma común en las historias occidentales.

Viejo Testamento



La humanidad recibe dones incrementales de una edad, pero es expulsada repentinamente de su posición privilegiada en una caída de proporciones enormes.

 Grandes Esperanzas con final orgánico

Nuevo Testamento



La humanidad recibe dones incrementales de una edad, es expulsada repentinamente de su posición privilegiada, pero luego recibe una felicidad fuera de lo común.

 Grandes Esperanzas con final revisado

Ciniciento



Fue la similitud entre las formas de Centa y el Nuevo Testamento lo que emocionó a Vonnegut por primera vez en 1947 y luego a lo largo de su vida mientras continuaba escribiendo ensayos y dando conferencias sobre las formas de las historias.

Consejos para contar historias

Cuando pienses en la manera más efectiva de presentar tu idea en vídeo, debes crear una historia efectiva y ofrecer un arco emocional coherente a través de una serie de imágenes. La creación de una presentación de vídeo efectiva implica tres pasos: ideación, narración y presentación. Aquí hablaremos principalmente sobre la narración y la presentación. La ideación se describirá en otras secciones del manual.

Cualidades de una buena historia

Las siguientes cualidades de la historia deben tenerse en cuenta al comenzar a escribir el guion:

- **Entretenida:** Las mejores historias enganchan al lector y despiertan su interés en lo que viene a continuación.
- **Credible:** Cuando las historias parecen auténticas, la audiencia confía y se involucra con el material.
- **Educativa:** En muchos casos, las historias más efectivas provocan la curiosidad y ayudan a la audiencia a desarrollar la comprensión de conceptos clave.
- **Identificable:** Las historias atraen cuando se conectan con la audiencia.
- **Organizada:** Las buenas historias están organizadas y sumergen a la audiencia en la estructura narrativa.
- **Memorable:** Ya sea a través de la inspiración, el escándalo o el humor, las buenas historias permanecen en la mente del oyente. Las mejores historias enganchan al lector y generan interés en lo que vendrá después.



"The Story Spine"

Sugerimos utilizar la fórmula Story Spine creada por el dramaturgo y artista profesional Kenn Adams. Es un marco simple y flexible para crear historias. Por ejemplo, uno de los mejores narradores, ha utilizado esta estructura de historia para crear muchas de sus películas que tanto nos gustan.

En general, los psicólogos están de acuerdo en que existen seis emociones básicas: ira, asco, miedo, felicidad, tristeza y sorpresa. Lo que hace que las historias modernas sean cautivadoras es cuando nuestras percepciones de la realidad se desafían o cambian de alguna manera.

Desafíate a profundizar más.

Inicio:

Érase una vez _____.

Todos los días, _____.

Evento:

Un día _____.

Intermedio:

Por esa razón, _____.

Debido a eso, _____.

Por lo tanto, _____.

El clímax:

Hasta que al final _____.

Final:

Y, desde entonces _____.



Ejercicio: Lista de tareas

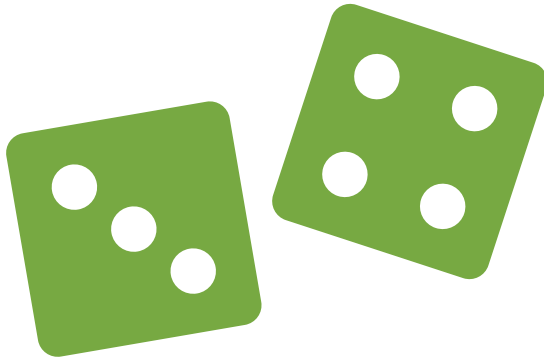


Utiliza esta lista para tu exhaustiva tarea de producción: cinematográfica:

- ☒ X
- ☐ Escribir un guion
- ☐ Dibujar un storyboard
- ☐ Haz una búsqueda de localizaciones – escoge localizaciones, consigue permisos
- ☐ prepara el atrezzo, vestuarlos, horarlos, etc.
- ☐ Pide permiso para entrevistar o contrata actores-actrices
- ☐ Decide las especificaciones técnicas de un futuro video – conoce las demandas de tus canales de distribución.
- ☐ Graba la voz en off antes de salir a rodar y mide su duración.
- ☐ Prepara bien tu equipo
- ☐ Carga todas las baterías
- ☐ Vacía todas las tarjetas de memoria

Pequeñas tareas y ejercicios

Juego: Contar historias



Aquí tienes un divertido juego de improvisación para jugar con tu equipo:

Depende en un círculo, cada persona, a su vez, asume el siguiente paso de la story spine inventando lo que sucede. Puedes extender la sección central tantas veces como necesites para llegar al clímax. Una extensión opcional de la story spine original es agregar un paso final adicional donde se declare la moraleja de la historia.

- ☐ en la localización - después de filmar todas las tomas planificadas, filmar material adicional - detalles, amplios
- ☐ establecer planos, planos, puentes de sol, transeúntes, planos de reacción, las manos de la gente.
- ☐ grabar sonido extra - ambiente, sonidos separados - claxon de coche, ladridos de perro, puertas que se cierran
- ☐ transferir todo el material a un disco duro
- ☐ hacer una copia de seguridad del material y guardarla
- ☐ organizar, clasificar, detallar el material
- ☐ hacer un nuevo proyecto y editar el material
- ☐ hacer un corte aproximado, revisar, hacer cambios, hacer un corte final
- ☐ añadir gráficos
- ☐ bloquear imagen - no se mueve ningún fragmento posterior a ese punto en la línea de tiempo, el tiempo en marcha se bloquea
- ☐ hacer mezclas de sonido
- ☐ hacer la corrección de color
- ☐ exportar el video
- ☐ subir el video a una plataforma
- ☐ ¡que todo el mundo vea que has hecho un gran trabajo!



El mundo a través de la cámara

Piensa en tu audiencia

¿Sabes lo fantástico que es tu producto y lo importante que es para el público, pero tu audiencia a no está al tanto de esto! Hasta que las personas hayan experimentado los beneficios de primera mano, nunca comprenderán verdaderamente su impacto, y contar historias es la siguiente mejor alternativa. Puedes tener una historia genérica y bien elaborada, pero si no se alinea con tu audiencia, no significará nada para tus conversaciones.

Necesitas tener una idea de quién podrá ser tu cliente potencial. Al entrevistar a personas en tu

público objetivo (inversoras, autoridades públicas, madres trabajadoras, estudiantes universitarios, dueños de pequeñas empresas, etc.), puedes tener una idea de cuáles son, cómo hablan y qué les importa. Luego puedes crear una historia con la que puedan empatizar.

Las mejores historias de productos son instantáneas de un mundo que ha mejorado al usar el producto o servicio.

Debes estructurar tu historia para mostrar:

- Un problema que las personas enfrenten y que tu producto o servicio puede resolver.
- Una manera sencilla para que alguien acceda a ese producto o servicio.
- Un mundo en el que tu producto o servicio haya hecho desaparecer el problema.

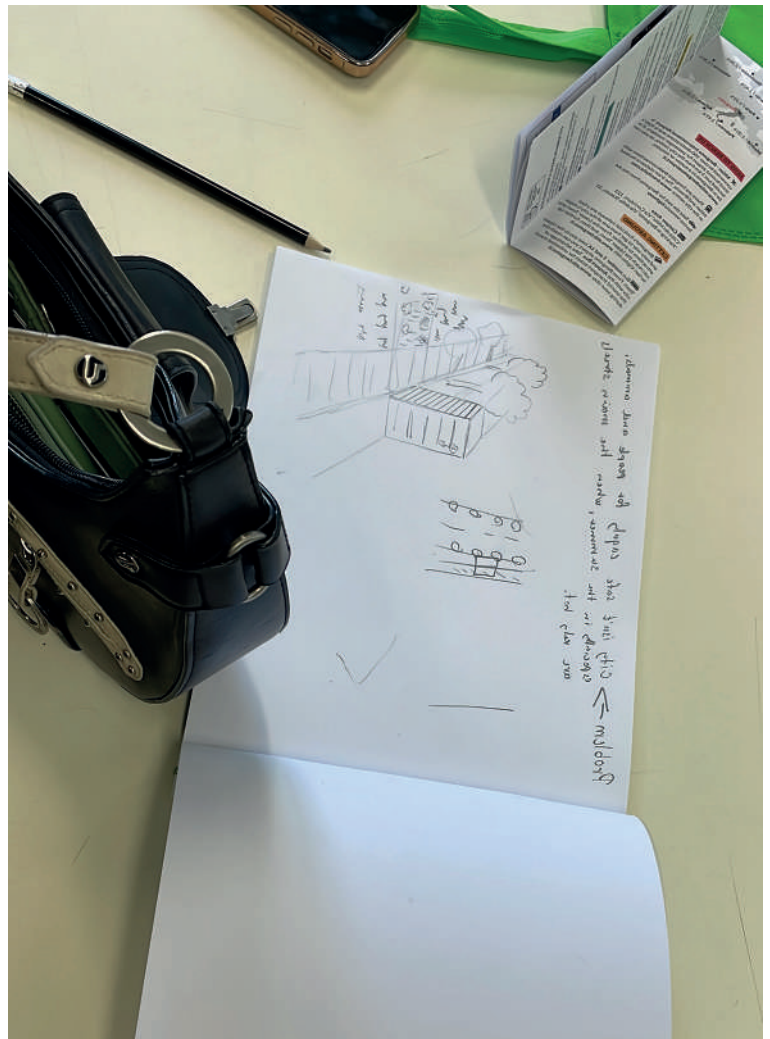
El patrón

Pero eso no es todo lo que debes hacer. ¿Recuerdas cuando dimos anteriormente que el cerebro reconoce una historia como un patrón? También necesitas asegurarte de presentar la estructura de historia tradicional para que el cerebro reconozca el patrón y pueda hacer su magia.

Eso significa enmarcar tu historia con un inicio, un desarrollo y un final claros. También necesitas incluir elementos comunes de una historia como los personajes, el conflicto, la resolución y la trama.

Recuerda, el arte de contar historias no se trata de tu idea o producto, sino de tu cliente y de lo que obtienen al elegirte a ti.

Las historias son una herramienta de marketing excelente. Si la cuentas correctamente, tu historia de producto puede mejorar la vida de las personas y hacer que tu idea de diseño sea tenida en cuenta y realizada.



Notas visuales sobre un proyecto en Vitoria-Gasteiz, España.



Presentación de un Proyecto en Vitoria-Gasteiz, España



Enlaces con más materiales:

Lo forma de las historias de Kurt Vonnegut

Conferencia

Tutorial de PremierePro para principiantes

Tutorial de YouTube





LA IMPORTANCIA DEL PENSAMIENTO DE DISEÑO Y LA SOSTENIBILIDAD

En este capítulo, el lector/a aprenderá qué es el pensamiento de diseño y la sostenibilidad, obteniendo una percepción clara y bien desarrollada de la idea, la cual guiará al lector a través del proceso de reflexión sobre su proyecto y la implementación de cambios, proporcionando un modelo de buenas prácticas sobre el tema.

La teoría del pensamiento de diseño

¿Es realmente sostenible?

*Localizar las oportunidades y
aprovecharlas*



La teoría del pensamiento de diseño



La teoría del pensamiento de diseño y la sostenibilidad implican dos componentes. Por un lado, el pensamiento de diseño es un enfoque de resolución de problemas que enfatiza la empatía, la creatividad y la iteración. Es un enfoque centrado en el ser humano que implica comprender las necesidades y deseos de los usuarios, generar ideas a través de lluvias de ideas, crear prototipos de soluciones, probarlas y perfeccionarlas.

Por otro lado, la sostenibilidad se refiere a la capacidad de mantener o mejorar la calidad de vida de las personas y el planeta a largo plazo. Implica equilibrar factores económicos, sociales y ambientales para asegurar que los recursos se utilicen de manera que no se agoten ni causen daño al planeta.

Cuando se combinan estos dos aspectos, el pensamiento de diseño puede utilizarse para crear soluciones sostenibles que aborden desafíos ambientales, sociales y económicos. Al colocar a las personas en el centro del proceso de diseño, los diseñadores pueden crear productos y servicios que satisfagan las necesidades de los usuarios al tiempo que minimizan su impacto en el medio ambiente. Este enfoque puede contribuir a crear un futuro más sostenible para todos.

La creación del diseño es un proceso centrado en el ser humano. A menudo tendemos a equiparar la capacidad creativa con la habilidad artística, pero ese no es el caso. Lo que enseñamos específicamente es la capacidad de participar en algo en lo que quizás no seamos buenos, o enfrentarnos a problemas que no tengan una respuesta clara, pero aun así poder contribuir a la creación de ideas innovadoras.

No estamos enfocados en resultados o innovaciones, sino en liberar el potencial dentro de cada individuo, porque en sí mismo esto nutre soluciones. Creemos que todos tienen su creatividad interior y nos esforzamos por sacarla a la luz.

Otra cosa que hacemos es trabajar en proyectos reales. Salimos al mundo y hablamos con personas reales para descubrir cuáles son sus necesidades. La innovación no es un evento, sino un proceso, y es uno centrado en el ser humano. Dentro de este proceso hay un aspecto analítico y un aspecto creativo, y la clave radica en separar los dos. Los separamos de manera muy intencionada, y la técnica de lluvia de ideas puede ser útil en estas etapas.

El primer paso en este proceso es la EMPATÍA. La empatía es cuando uno puede sentir lo que la otra persona está sintiendo. Algunas formas de practicar la empatía son permanecer sin juzgar, adoptar el papel de protagonista, mostrarse curioso acerca de otra persona, ser optimista y siempre ser respetuoso. Simplemente estás allí para aprender y escuchar lo que tienen que decir.

El siguiente paso se llama DEFINIR. Lo que hacemos aquí es enfocarnos en la información recopilada en el paso anterior. Cuando se diseña un nuevo producto o servicio, muchas personas definen un cierto segmento del mercado y luego intentan diseñar para el punto medio de ese segmento para atraer a la mayor cantidad de personas. Con nuestra teoría, en cambio, enseñamos a enfocarnos en individuos y no diseñar para las masas. Esto se debe a que a menudo al intentar satisfacer

a todos, uno termina no satisfaciendo a nadie.

El siguiente paso es la LLUVIA DE IDEAS. Esta técnica hace que tu creatividad se dispare. Cuantas más ideas obtengas, más posibilidades tendrás de encontrar algo bueno. Por lo tanto, existen reglas alrededor de la lluvia de ideas:

- Posponer el juicio.
- Ir por tantas ideas como sea posible.
- Volverse tan salvaje como puedas. No pienses en cuánto costará o si la idea es factible o no.

Ahora elige una idea y pregunta: ¿Cómo se verá ese producto? O si es un servicio, ¿cómo se implementará? Tómate tu tiempo para pensar en ello.

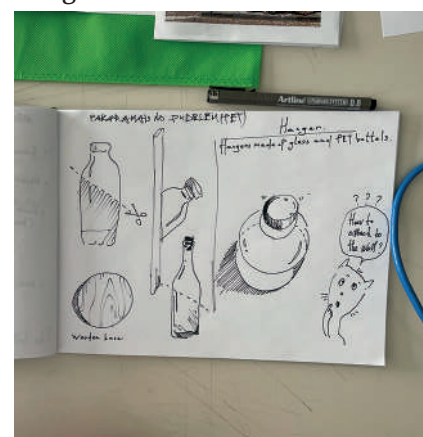
Uno de los enfoques que

enseñamos es inclinarse hacia la acción en lugar de la especulación. Crea un prototipo y pruébalo en el campo, lo que proporciona retroalimentación de un cliente real.

En esta etapa de PROTOTIPO, deseas detectar cualquier defecto de un producto temprano para adaptarte mientras aún no cueste demasiado. Esto asegura que para cuando realmente lances tu producto en el mundo real, habrás mitigado posibles riesgos.



Students in workshop in Vitoria-Gasteiz, Spain





¿Es realmente sostenible?

¿Qué es el diseño sostenible y como puede aplicarse en un proyecto?

El diseño sostenible es un enfoque de diseño que busca minimizar el impacto negativo de un proyecto en el medio ambiente, al mismo tiempo que promueve beneficios sociales y económicos. Implícitamente teniendo en cuenta el medio ambiente, utilizando

zando los recursos de manera eficiente y promoviendo una comunidad saludable y equitativa.

Existen varias formas de aplicar los principios del diseño sostenible a cualquier proyecto. Una forma es comenzar realizando un análisis exhaustivo del sitio y su entorno. Esto puede ayudar a identificar oportunidades presentes. Los diseñadores también pueden centrarse en el uso de materiales respetuosos con el medio ambiente. Esto puede ayudar a reducir la huella de carbono de un proyecto y apoyar las economías locales.

Otro aspecto importante del diseño sostenible es promover la salud y el bienestar de la comunidad. Esto se puede lograr diseñando espacios que fomenten la actividad física, el acceso a la naturaleza y la interacción social.

En última instancia, el diseño sostenible se trata de crear proyectos que satisfagan las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades.

Los objetivos de la sostenibilidad

La sostenibilidad se enfoca en equilibrar consideraciones económicas, sociales y ambientales para crear un mundo resistente y equitativo para todas las personas. Concretamente, en estos aspectos:

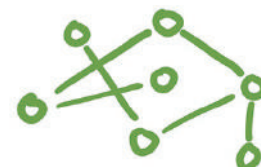
1.

Protección del medio ambiente: reducir el impacto negativo de las actividades humanas en los sistemas naturales y promover la conservación de la biodiversidad y los recursos naturales.



2.

Equidad social: garantizar que las personas tengan acceso a necesidades básicas como alimentos, agua, atención médica, educación y un entorno de vida seguro. Promover la justicia social, la equidad y los derechos humanos para todas las personas.



3.

Prosperidad económica: promover el crecimiento y desarrollo económico que sean sostenibles, justos e inclusivos. Fomentar el uso de recursos renovables y el desarrollo de tecnologías verdes.



4.

Preservación cultural: respetar y preservar la diversidad cultural y el patrimonio. Fomentar el intercambio cultural y el aprendizaje para promover la comprensión y la tolerancia entre diferentes comunidades.



5.

Consumo y producción responsables: promover patrones de consumo sostenible y procesos de producción que minimicen los desechos y la contaminación, y maximicen el uso eficiente de los recursos.



Guía práctica

Preguntas para responder sobre cualquier proyecto, consejos útiles y tareas para intentar la idea en cuestión



1. *¿Cuál es el propósito del proyecto y cómo se alinea con los objetivos de sostenibilidad?*
2. *¿Qué problemas específicos de sostenibilidad tiene como objetivo abordar el proyecto?*
3. *¿Cómo reducirá el proyecto su impacto ambiental a lo largo de su ciclo de vida?*
4. *¿Qué medidas se tomarán para garantizar que el proyecto sea socialmente responsable?*
5. *¿Cómo contribuirá el proyecto a la sostenibilidad económica de la comunidad a la que sirve?*
6. *¿Qué métricas se utilizarán para medir el desempeño en sostenibilidad del proyecto?*
7. *¿Cómo involucrará el proyecto a los interesados y cómo incorporará sus comentarios en la planificación de la sostenibilidad?*
8. *¿Cómo asegurará el proyecto la transparencia y la responsabilidad en la presentación de informes de sostenibilidad?*
9. *¿Qué oportunidades existen para que el proyecto colabore con otras organizaciones para lograr objetivos de sostenibilidad?*
10. *¿Cómo evolucionará y se adaptará el proyecto a los desafíos y oportunidades cambiantes en sostenibilidad?*

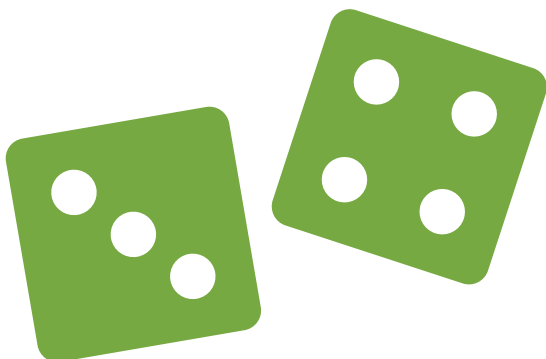
Diagrama

Los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) establecidos por las Naciones Unidas proporcionan un marco integral para evaluar el potencial de sostenibilidad de un proyecto. Pueden servir tanto como un catalizador como para una lista de verificación al analizar un proyecto



Pequeñas tareas y ejercicios

Juego 1: El reto Eco



Objetivo: El objetivo del juego es promover prácticas sostenibles de una manera divertida y atractiva. Los jugadores/as deben completar varios desafíos relacionados con la sostenibilidad para ganar puntos y avanzar en el juego.

Instrucciones: El juego consta de diferentes niveles, cada uno con su propio conjunto de desafíos. Los desafíos podrán incluir cosas como:

Clasificar la basura en contenedores de reciclaje, compostaje y vertedero

Apagar las luces y los electrodomésticos cuando no se usan.

Usar el transporte público o la bicicleta en vez de conducir el coche.

Plantar árboles y otros vegetales para mejorar la calidad del aire.

Escoger productos sostenibles cuando se va de compras. Cada

desafío tiene un límite de tiempo, y los jugadores deben completarlo antes de que se agote el tiempo para ganar puntos. A medida que los jugadores avanzan en el juego, los desafíos se vuelven más difíciles y requieren prácticas más sostenibles.

Puntos: Se otorgan puntos en función de cómo de bien los jugadores completan cada desafío. Cuanto más rápido completan el desafío, más puntos ganan. Los puntos se pueden usar para desbloquear nuevos niveles y obtener insignias.

Insignias: Se otorgan insignias por completar hitos específicos en el juego. Por ejemplo, los jugadores podrán ganar una insignia de Pulgar Verde por plantar un cierto número de árboles o una insignia de Maestro del Reciclaje por clasificar correctamente toda la basura en un nivel.





Juego 2: El reto de la huella de carbono

Objetivo: El objetivo del juego es concienciar sobre el impacto de las elecciones cotidianas en el medio ambiente y alentar a los jugadores/as a reducir su huella de carbono.

Instrucciones: El juego consta de una serie de desafíos que simulan situaciones de la vida real. Los jugadores/as deben tomar decisiones que afectan su huella de carbono, como elegir comer una comida basada en plantas en lugar de una basada en carne o utilizar el transporte público en lugar de conducir. A medida que los jugadores/as avanzan en el juego, los desafíos se vuelven más difíciles y requieren elecciones más sostenibles.

Puntos: Se otorgan puntos en función de lo bien que vayan los jugadores/as al completar cada desafío. Los puntos se pueden usar para desbloquear nuevos niveles y obtener insignias.

Insignias: Se otorgan insignias por completar hitos específicos en el juego. Por ejemplo, los jugadores/as podrán ganar una insignia de **Vivir Verde** por reducir su huella de carbono en un cierto porcentaje o una insignia de **Residuo Cero** por lograr cero residuos en un nivel.





Localizar las oportunidades y aprovecharlas

Vitoria-Gasteiz es una ciudad conectada a través de su infraestructura con sus alrededores de parques, naturaleza, bosques, estanques y tierras agrícolas.

Sin embargo, la ciudad no era exactamente una ciudad verde en la década de 1990. Las afueras de la ciudad estaban llenas de residuos y sus pequeños ríos solo provocaban inundaciones. Por lo tanto, se tomaron decisiones para resolver los problemas ambientales con una nueva visión inspirada en la naturaleza.

La ciudad concluyó que se debía construir un cinturón verde:

- Para proporcionar soluciones a las zonas periféricas afectadas por los problemas típicos de las áreas urbanas e industriales.
- Para promover la conservación de áreas existentes de interés natural y biodiversidad.
- Para satisfacer la demanda potencial de espacios de ocio al aire libre, reduciendo la presión sobre otros espacios naturales.
- Para aprovechar el potencial de las áreas naturales cercanas como recurso educativo y turístico e involucrar a la población en su conservación.
- Para contener el crecimiento urbano de la ciudad dentro de

límites específicos.

Estas medidas tomaron la forma de proyectos como la restauración de una antigua gravera en el barrio de Zabalgana, la restauración de humedales en Salburua, la restauración del corredor fluvial del río Alegria o la restauración de un arroyo urbano en Erreka-leor.

El objetivo final de un sistema de infraestructura verde es establecer un extenso multifuncional verde que sirva a la ciudad entera:

- Fomentar la biodiversidad urba-

na.

- Me orar la calidad del entorno.
- Me orar los flujos hídricos.
- Mitigar las olas de calor urbanas.
- Promover el uso público.
- Me orar la salud y el bienestar.
- Me orar la relación entre la naturaleza y la sociedad.

La infraestructura verde de Vitoria-Gasteiz:

La red verde de la ciudad de Vitoria-Gasteiz consta de 445 hectáreas de áreas verdes, con más de 115,000 árboles y otras 827 hectáreas de áreas verdes suburbanas que forman un cinturón verde.

La idea fue crear nuevos diseños basados en la naturaleza para satisfacer nuevas necesidades, como el aumento de la biodiversidad, la conectividad ecológica, la mejora en la gestión del agua, la agroecología urbana y la mejora del suelo, el uso público y la accesibilidad mejorados, la rehabilitación urbana y la creación de microclimas.

Vitoria-Gasteiz ha iniciado varios proyectos piloto para construir sistemas de infraestructura verde, como:

Humedales de alto valor de inundación para conectar la ciudad con la naturaleza, prevenir inundaciones, aumentar la retención en el acuífero, estandarizar los métodos de pertenencia e identidad, y mejorar el paisaje.

Un bosque anular y la restauración del arroyo Zarauna. Después de una extensa restauración del terreno del arroyo Zarauna tras años de fuerte presión urbana, el parque de Zabalgana es ahora un bosque de alto valor natural, ubicado junto al vecindario de Zabalgana. Arbustos, árboles y praderas de flores fueron plantados a lo largo de toda la longitud del río, y las laderas fueron



Mural de arte callejero en el centro urbano de Vitoria-Gasteiz, España.

arbolizadas.

La vegetación de la infraestructura vial, con muchas arterias de la ciudad siendo oxigenadas mediante la adición de vegetación.

Huertos comunitarios. Se han asignado terrenos urbanos para espacios de huertos populares, mejorando la salud.

La naturalización de parques urbanos. Los parques han recibido tanto plantaciones adicionales como accesos para las personas, permitiendo que la fauna local prospere y sea disfrutada por sus habitantes.

Un paseo verde que conecta la ciudad con sus alrededores.

El arbolado vertical de la fachada del Palacio de Congresos Europa.

Mural de arte callejero en el centro urbano de Vitoria-Gasteiz, Es-

paña.

Renovar calles principales, transformando un espacio utilizado principalmente para vehículos en un eje central de la vida urbana. Un espacio público para las personas y la naturaleza.

Naturalizar los patios escolares. Para satisfacer la creciente demanda de la comunidad y proporcionar a los niños un entorno de aprendizaje más saludable.

Un casco histórico verde. Se han llevado a cabo plantaciones verdes para mejorar la calidad estética y ambiental del Casco Antiguo. El objetivo es suavizar el espacio urbano.

Mejoras adicionales incluirán el monitoreo de instalaciones, una mayor destreza técnica, sinérgica con las partes interesadas municipales, gobernanza y conciliación.



Enlaces con más recursos:

Vitoria-Gasteiz green capital

Centro de estudios medioambientales

Jardines verticales y terraza

La infraestructura verde de Vitoria-Gasteiz

Los objetivos de desarrollo sostenible





MOSTRAR LOS RESULTADOS

En este capítulo aprenderás sobre presentaciones efectivas y técnicas de marketing relacionadas con el desarrollo de productos de diseño ecológico. En primer lugar, encontrarás información sobre la promoción de un producto de diseño ecológico, su ciclo de vida y, en última instancia, cómo venderlo. A través de un análisis preciso de las necesidades del cliente, te guiaremos en la creación de un concepto de diseño sostenible y un estudio exhaustivo de las cualidades técnicas, ecológicas y estéticas de un área.

Además, este capítulo tiene como objetivo crear una presentación efectiva para promover el producto. La presentación también debería incluir representaciones en 3D, bocetos y planos del producto de diseño ecológico, junto con información sobre los materiales y las tecnologías sostenibles utilizadas, para dar al cliente una mejor idea del concepto detrás de él y de cómo será el producto final.

Para finalizar, se te proporcionarán consejos, ejemplos, enlaces y ejercicios que te permitirán crear tu diseño, promoverlo, mejorar la sostenibilidad de tu ciudad y perfeccionar tus habilidades de marketing.

Vender una idea

¿Estás dispuesto a escuchar?

Discurso efectivo



Vender una idea

A lo largo de los años, la sostenibilidad, tanto en la fabricación como en los estilos de vida, se ha vuelto cada vez más esencial. La sostenibilidad describe muchos conceptos diferentes, pero todo se reduce a una creencia: algo es bueno o no para el medio ambiente. En la marca de ciudades, la sostenibilidad se ha convertido tanto en un asunto de protección ambiental como en un distintivo verde de honor que afecta la capacidad para atraer inversiones.

Las reputaciones desempeñan un papel importante en la atracción de empresas y residentes orientados al progreso. Para ser competitivas a nivel mundial, las ciudades necesitan convertirse, y ser percibidas como, sostenibles. Medidas como edificios verdes, programas de reciclaje, carriles para bicicletas y más pueden ayudar a promover una ciudad sostenible, pero son solo el comienzo.

Algunas de las formas en que podrás posicionar tu producto como sostenible incluyen:

- Hacer uso de las redes sociales y otras herramientas para interactuar con los ciudadanos
- Adoptar un enfoque integral hacia la sostenibilidad, que incluya tanto sus aspectos ambientales como económicos.
- Una presentación efectiva para exponer tu idea.
- Utilizar el poder de contar historias para promover tus esfuerzos de sostenibilidad.

Elaborar una presentación efectiva para vender tu idea puede ser una tarea desafiante, pero es crucial para persuadir a posibles clientes a invertir en tu propuesta. El primer paso es identificar las necesidades del cliente y adaptar tu presentación en consecuencia. Esto implicará realizar una investigación exhaustiva sobre el público objetivo y comprender sus puntos de dolor. Una vez que hayas identificado sus necesidades, concéntrate en crear una estrategia sólida de colocación de producto que muestre cómo tu idea

resolver sus problemas.

Junto con la colocación del producto, es esencial abordar la fijación de precios de tu propuesta. Asegúrate de presentar un precio competitivo y realista que se alinee con el valor de tu idea. Además, utiliza ayudas visuales, como gráficos y tablas, para respaldar tus puntos clave y hacer tu presentación más atractiva. Recuerda, el objetivo es crear una presentación persuasiva que comuniquen eficazmente tu idea y convenga a los clientes de invertir en tu propuesta. Como dijo Deter Rams: Un buen diseño hace algo útil, agradable y memorable. Un gran diseño hace algo memorable y significativo.

Otra consideración importante al elaborar tu presentación es mantenerla concisa y al grano. Concéntrate en los puntos clave y explica los beneficios de tu propuesta de manera clara y concisa. Utiliza un lenguaje sencillo y evita el lenguaje técnico que pueda confundir a tu audiencia. Además, prepárate para responder cualquier pregunta u objeción que pueda surgir a raíz de tu presentación. Anticipa posibles objeciones y prepara respuestas para abordar cualquier inquietud que puedan tener tus posibles clientes.

Cuando se trata de vender tu idea, entender las necesidades de tu cliente es crucial. Es importante investigar y hacer las preguntas correctas para adaptar tu presentación a sus requisitos específicos. Al conocer lo que tu cliente necesita, puedes presentar tu idea de una manera que destaque sus beneficios y cómo puede resolver sus problemas. Esto te ayudará a crear una presentación personalizada a sus necesidades y maximizar tus



Estudiantes en un taller en Vitoria-Gasteiz, España.

posibilidades de éxito.

Además de entender sus necesidades, también es importante considerar la

colocación del producto y la fijación de precios. Recuerda, al vender una idea, todo se trata de comprender las necesidades de tu cliente y presentar tu idea de una manera que resuene con ellos.

El marketing digital ya no va sobre los productos que haces, sino sobre las historias que cuentas -Seth Godin.

Una forma efectiva de entender las necesidades de tu cliente es llevar a cabo una investigación exhaustiva sobre su empresa y su industria. Asimismo, es esencial hacer las preguntas adecuadas durante tus reuniones iniciales con el cliente,

Estudantes en un taller en Vitoria-Gasteiz, España.

lo que puede ayudarte a recopilar información valiosa y establecer una buena relación con ellos. También puedes aprovechar esta oportunidad para evaluar su estilo de comunicación y preferencias, lo que puede ayudarte a saber cómo presentar tu idea de una manera que resuene con ellos.

Otro aspecto a considerar es la competencia y las tendencias del mercado, ya que estos pueden afectar la viabilidad de tu idea y la estrategia de precios. Al estar al tanto de estos factores, puedes posicionar tu producto o servicio como una solución única que se destaca del resto. En última instancia, vender tu idea requiere una combinación de investigación de mercado, análisis y habilidades de comunicación, así como una actitud pasiva para resolver los desafíos de tu cliente.



Taller en Bérghamo, Italia.



¿Estás dispuesto a escuchar?

Cuando se trata de presentar, puede ser difícil saber por dónde empezar. Por eso, contar con una guía práctica que te ayude en el proceso puede ser increíblemente útil. El arte de presentar es algo que lleva tiempo y práctica dominar, pero con la orientación adecuada, cualquiera puede convertirse en un gran presentador. Esta guía práctica te llevará a través de algunas de las preguntas más importantes que debes responder antes de comenzar, te proporcionará consejos útiles para mejorar tus presentaciones y te dará pequeñas tareas para probar con la presentación que tengas. Siguiendo esta guía, estarás en camino de convertirse rápidamente en un presentador seguro y efectivo.

La psicología de la venta efectiva de ideas es un tema complejo que implica comprender las necesidades y motivaciones del cliente. Los vendedores efectivos saben que no se trata solo de presen-

tar un producto o idea, sino de conectarse con el cliente a un nivel emocional. Esto requiere empatía, escucha activa y la capacidad de adaptar tu enfoque a cada cliente individual. Comprender los puntos de dolor y deseos del cliente es clave para construir un argumento convincente para tu idea. Además, es crucial poder abordar objeciones o preocupaciones que puedan tener. Al tomarte el tiempo para entender la psicología de la venta efectiva de ideas, puedes aumentar tus posibilidades de cerrar el trato y alcanzar tus objetivos. Para conectarse verdaderamente con los clientes a un nivel emocional, los vendedores también deben ser auténticos y genuinos. Su entusiasmo puede ser contagioso y ayudar a convencer a los clientes de ver el valor en ello también.

Otro aspecto importante de vender ideas es la capacidad de contar una historia convincente.

Los seres humanos están cableados para responder a las historias, y una narrativa bien elaborada puede ayudar a pintar un cuadro de cómo el producto o la idea puede beneficiar la vida del cliente. Al usar un lenguaje vivo y vívido, los vendedores pueden crear una conexión emocional con el cliente y hacer que la idea sea más memorable.

Un factor final a considerar es el momento de la presentación de ventas. Comprender cuándo el cliente está más receptivo para escuchar nuevas ideas puede aumentar considerablemente las posibilidades de éxito. Por ejemplo, si un cliente está experimentando actualmente un punto de dolor relacionado con el producto o la idea que se está vendiendo, es posible que esté más abierto a escuchar al respecto y más motivado para tomar medidas. Por lo tanto, es importante estar atento a las necesidades del cliente y estar listo para hacer tu presentación en el momento adecuado.

Guía práctica

Preguntas para poder responder sobre cualquier proyecto, consejos útiles y tareas para poner en práctica la idea en cuestión.



Resolución de los puntos de queja del cliente

<i>Declaración del cliente</i>	<i>Observación del estudio del clima</i>	<i>Narrativa potencial</i>	<i>Transformación</i>
<i>No quiero pagar facturas de energía altas.</i>	<i>Frecuentemente, el clima frío significa que la calefacción será un uso principal de energía.</i>	<i>"El edificio es un refugio del frío." "El edificio es una manta/aislante." "El edificio retiene el calor."</i>	<i>Transforma de kW/h a una orientación que todos puedan entender y recordar.</i>
<i>Nos gusta pasar mucho tiempo al aire libre.</i>	<i>Frecuentemente soleado y muy caliente significa que los ocupantes estarán incómodos afuera bajo el sol.</i>	<i>"El interior se extiende hacia afuera para capturar brisas y proteger del sol."</i>	<i>Justifica la ubicación del espacio exterior y los tratamientos adicionales.</i>
<i>Odiarnos los espacios sombríos.</i>	<i>Frecuentemente sol caliente, especialmente desde el sur y el oeste.</i>	<i>"La luz suave del día ilumina todos los espacios."</i>	<i>El uso de un término como "suave" ayuda a dirigir el diseño hacia soluciones que difunden la luz y evitan el calor excesivo.</i>

Análisis e investigación



Análisis de la competencia



Estudio de mercado



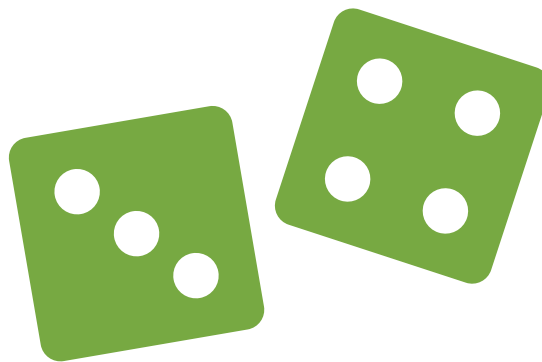
Plan de negocio



Estrategia de comunicación

Pequeñas tareas y ejercicios

Tarea 1: El proyecto



1.

El proyecto: piensa en el diseño sostenible de un objeto donde el producto final deba ser diseñado como parte de una fachada de un edificio, que cuelgue de unos balcones o cornisas, o que esté situado en la entrada del edificio. Algo que pueda contener plantas, flores, vegetales o que pueda ayudar a polinizadores como las abejas.

2.

Dirigete al público (quién, qué, dónde, cuándo, por qué) usando imágenes y gráficos para apoyar tus argumentos. Practica la presentación, tratando de ser conciso y al mismo tiempo inspirador y motivador.

3.

Haz una lluvia de ideas de diferentes tipos de estrategias de marketing que puedan funcionar bien para tu proyecto, tratando de elaborar ideas frescas y originales. Identifica la audiencia a la que se dirige el proyecto y piensa en técnicas variadas de marketing que puedan llegarles de manera efectiva, como publicaciones en las redes sociales, páginas web, comercio digital, posicionamiento en buscadores web, campañas de publicidad, newsletters, eventos...

4.

Aprende a evaluar a la competencia: identifica a tus oponentes más fuertes, observa sus puntos fuertes y débiles y piensa en maneras en las que puedas diferenciarte de ellos ofreciendo algo que sea único en el mercado.

5.

Presenta ante un grupo de personas como si estuvieras presentado el proyecto en una empresa o una conferencia. Intenta ser claro, cauteloso y honesto con tu mensaje, siempre luchando por mantener la autenticidad.

6.

Colabora con grupos locales relevantes para expandir la idea o el producto. Busca asociaciones o negocios locales, start-ups o centros comunitarios, intenta encontrar grupos de personas con intereses similares a los tuyos.



Tarea 2: 60 segundos

Otro ejercicio que podrás intentar es crear un discurso persuasivo de 60 segundos para vender tu idea o producto.

El objetivo es presentar tu concepto de manera clara, convincente y memorable en tan solo 60 segundos. Los puntos clave incluyen una descripción concisa del problema que tu idea o producto resuelve, sus ventajas en comparación con otras soluciones en el mercado y tu llamado a la acción, que es lo que deseas que tu audiencia haga, como visitar tu sitio web o comprar el producto.

Practica presentando el discurso frente a una audiencia o grabándote con una cámara y luego viendo la grabación, eso te permitirá evaluar tu rendimiento e identificar posibles mejoras.





Discurso efectivo

Un discurso efectivo es claro, conciso y cautivador. Un buen discurso debe tener una estructura clara, con un inicio, desarrollo y conclusión. La introducción debe captar la atención de la audiencia y proporcionar una visión general del discurso. El cuerpo del discurso debe presentar las ideas principales de manera lógica y organizada, con evidencias y ejemplos de apoyo. La conclusión debe resumir los puntos principales y dejar a la audiencia con un mensaje memorable.

Hablar en público puede ser una tarea intimidante, pero con el en-

foque y la preparación adecuados, cualquiera puede dar un discurso efectivo. Ya sea dando una presentación en el trabajo, pronunciando un discurso en una boda o hablando en una conferencia, hay algunas cosas clave que debes tener en cuenta para asegurarte de que tu discurso sea claro, conciso y cautivador.

Uno de los aspectos más importantes de dar un discurso efectivo es ser claro en tu mensaje. Esto significa que debes poder articular tus ideas de una manera fácil de entender para tu audiencia.

Una forma de garantizar la claridad es usar un lenguaje sencillo y evitar jerga técnica o terminología compleja. Además, es importante utilizar ejemplos concretos y analogías para ayudar a tu audiencia a comprender conceptos complejos.

Otro aspecto esencial de dar un discurso efectivo es ser conciso. Esto significa que debes evitar divagaciones o enredarte en detalles innecesarios. Debes centrarte en los puntos principales que deseas transmitir y asegurarte de que estén organizados de manera lógica y coherente. Al

ser conciso, puedes mantener la atención e interés de tu audiencia.

Captar la atención de tu audiencia también es crucial para dar un discurso efectivo. Deberías intentar capturar su atención desde el principio o mediante un gancho o una declaración llamativa. También puedes involucrar a tu audiencia utilizando humor, narración de historias o actividades interactivas. Esto puede ayudar a que tu discurso sea más memorable y mantener el interés de tu audiencia a lo largo de la presentación.

Para asegurarte de que tu discurso tenga una buena estructura, es importante tener

un claro inicio, desarrollo y conclusión. El comienzo de tu discurso debe utilizarse para presentar tu tema y captar la atención de tu audiencia. El desarrollo de tu discurso debe utilizarse para presentar tus puntos principales y evidencia de apoyo. El final de tu discurso debe utilizarse para resumir tus puntos principales y dejar a tu audiencia con un mensaje memorable.

Al preparar tu discurso, es importante adaptarlo a tu audiencia. Esto significa que debes considerar su nivel de conocimiento e interés en el tema, así como sus características demográficas. También puedes utilizar humor, anécdotas o referencias relevantes para que tu discurso sea más

cercano y atractivo para tu audiencia.

En conclusión, dar un discurso efectivo requiere una planificación y preparación cuidadosas. Al ser claro, conciso y cauteloso, puedes captar la atención de tu audiencia y dejarles una impresión duradera. Al estructurar bien tu discurso y adaptarlo a tu audiencia, puedes asegurarte de que resuene con tu audiencia y logre su propósito previsto.

Charlas en los proyectos de España y Letonia.





Enlaces útiles:

De consumidor a usuario

Vídeo de consumidor a usuario

Este vídeo investiga el cambio de la propiedad de bienes al acceso a bienes. Los estudiantes pueden usar esta idea como inspiración para su modelo de negocio.

¿Buscas ayuda con la creación de una marca?

Escucha el podcast sobre la creación de marcas de lugar

Podcast

Webinar con sesiones de preguntas sobre la creación de marcas

Webinar

Haz contactos de manera real

Agencia

Discurso efectivo y representación

“Piensa rápido y habla inteligente”

Podcast

“Piensa rápido y habla inteligente”

Página de Instagram

110 técnicas de comunicación y presentación en público

Ted Talk





PROYECTOS QUE INSPIREN

¿Qué ha cambiado?

Formar un equipo

¿Qué hemos aprendido?

Más allá de capturar la realidad

Proyectos que inspiren al resto

Habla de manera que te escuchen

Los resultados se pueden ver aquí:



de los participantes no tenían experiencia previa en la realización de videos antes de trabajar en nuestro proyecto. Algunos incluso incluían a alguien con experiencia en cine, pero el desafío de organizar un equipo para crear una narrativa coherente era nuevo para todos ellos. Los resultados fueron asombrosos. Elegimos un video sobre la captación de agua de lluvia como ganador de nuestra competencia. La idea sigue uno de los resultados más importantes del pensamiento de diseño, no proponer ideas solo porque son geniales o modernas, sino trabajar con las cosas que nos atormentan a nosotros y a nuestro entorno, en este caso, la cantidad de lluvia. El video es muy completo y utiliza modelos 3D simples pero efectivos para ilustrar sus ideas. Amplía su mensaje claro sobre la captación de agua de lluvia para incluir el uso real del agua para riego en el techo de un edificio. La narrativa no solo nos proporciona información, sino que también crea emoción, explica la importancia de su idea y llama a la acción. La voz en off está acompañada de imágenes de agua en muchas formas y estados. Los creadores no temen mostrarnos agua estancada en barriles o desperdiciada bañando por el desagüe. Ilustra exactamente lo que se necesita decir.

Los otros videos tampoco se quedaron atrás. La idea de utilizar una antigua biblioteca como biblioteca pública y nosotros, como espectadores, no podemos dejar de pensar en lo maravilloso que sería pasar tiempo en un lugar así. Los cineastas se esforzaron mucho por mostrarnos la historia del edificio y describir los detalles y soluciones a las diversas necesidades del edificio de diversas maneras interesantes. Sin embargo, su video también es una lección sobre la importancia de la calidad del sonido y la voz del narrador. Nuestros ganadores utilizaron ingeniosamente una voz creada digitalmente para evitar las deficiencias de un equipo de sonido deficiente y actores de voz sin experiencia. Sin embargo, el equipo de Brgamo nos trae un conjunto visualmente muy impresionante de tomas diversas con suficiente detalle, movimiento y dinamismo para mantener la atención del espectador.

El equipo letón aporta una historia a la mezcla. Como aprendimos en la sección de narración de esta guía, la narrativa puede ser más importante que la información en sí misma. No es tan conmovedor escuchar los nombres de personas afectadas por un desastre como escuchar la historia particular de una persona o familia que sufre en medio de ello. Las personas deben poder conectarse a nivel personal; es mucho más tangible que escuchar sobre los problemas y soluciones para la basura en los ríos. Los creadores de este video sabían una cosa importante: no puedes cambiar el comportamiento de las personas a menos que asocias ese cambio con emociones positivas. La idea y el video tienen esta comprensión clara y la apreciamos.

El video sobre las caídas de meditación tiene su poder en la poesía. No todos los mensajes necesitan ser claros y evidentes. Está bien dejar que la gente reflexione sobre cuál era el mensaje y guiarlos con emoción. El equipo checo combinó ambos con una narrativa directa y una interpretación visualmente impresionante de un poema. Su idea de caídas de meditación puede no ser tanto sobre cambiar el entorno, sino más bien cambiar la identidad de las personas que las visitan y su relación con la naturaleza. Al final, sería mucho más fácil encontrar soluciones si más personas decidieran esforzarse en encontrarlas. Apreciamos que los estudiantes eligieran este punto de vista.

Vimos mucho progreso en los videos que los estudiantes produjeron a medida que el proyecto llegaba a su fin. En conclusión, esta etapa del proyecto ha empleado el poder de la colaboración, la creatividad y la comunicación significativa. Los videos creados por estudiantes de diversos orígenes y países demuestran sus habilidades recién adquiridas. Al combinar ideas innovadoras con narrativa efectiva y pensamiento de diseño, estos videos muestran el potencial de soluciones verdes para abordar desafíos del mundo real. Al reflexionar sobre el viaje que tomamos en este proyecto, recordamos que el cambio impactante comienza con una chispa de imaginación y un compromiso de marcar la diferencia. El éxito de los participantes en el proyecto, a pesar de su falta inicial de experiencia en la realización de videos, subraya la importancia de fomentar un entorno de apoyo e incluso que fomente la exploración y el crecimiento. En el futuro, estos videos y las lecciones que encarnan seguirán extendiéndose, influyendo en otros para participar en esfuerzos similares y abrazar los principios del pensamiento de diseño para soluciones sostenibles. Extendemos nuestro sincero agradecimiento a todos los estudiantes, mentores y socios que contribuyeron al éxito de este esfuerzo.



Estudiantes evalúan sus objetivos usando un mapa mental en un proyecto en Letonia



Formar un equipo

Intentar lograr un cambio por uno mismo puede volverse abrumador rápidamente. Además de las habilidades descritas en este manual, la capacidad de encontrar y cooperar con otros en un equipo podría ser el mayor generador de cambio para nuestros esfuerzos. Los participantes de nuestro proyecto trabajan en equipos, y los mayores desafíos y oportunidades de aprendizaje provienen de ese entorno de equipo y el aprendizaje intercultural.

Construir un equipo y abrazar el aprendizaje intercultural son componentes esenciales para lograr mejores resultados para el valioso esfuerzo. Para tener éxito, las personas deben poder trabajar activamente con otros, y los participantes deben tener una comprensión del contexto cultural en el que están operando.

Al fomentar el sentido de trabajo en equipo y abrazar la diversidad cultural, se puede aumentar constantemente el listón de cualquier tarea que uno se proponga.

El trabajo en equipo es un componente esencial de cualquier proyecto o iniciativa exitosa. Al trabajar colaborativamente, los miembros del equipo pueden aprovechar sus fortalezas y habilidades individuales para lograr un objetivo común, que puede ser mayor que la suma de acciones individuales más pequeñas. Sea cual sea el objetivo, siempre hay personas a las que les gustará ver los mismos resultados. Busca personas similares y diferentes del trabajo que debe hacerse entre todas las personas.

No es necesario sumergirse en cada capítulo de este manual. De hecho, podría ser muy difícil lograrlo. Sería mucho más efec-

ente crear un equipo con personas que encuentren su pasión en diferentes temas.

Además, abrazar el aprendizaje intercultural también es vital para lograr el éxito en el mundo globalizado de hoy en día. Con la creciente globalización, las empresas y organizaciones se han vuelto más diversas que nunca. Comprender y abrazar las diferencias culturales puede llevar a un aumento de la creatividad y la innovación, así como a una mejora en las estrategias de comunicación y resolución de problemas. Fomenta una cultura de aprendizaje intercultural; en el panorama actual con las redes sociales y las posibilidades de aplicaciones y sistemas de cooperación remota, no hay nada que te impida buscar un equipo en línea por todo el mundo.



Estudiantes en el proyecto de Letonia y España.



¿Qué es lo más importante que has aprendido con este proyecto?



Erica Nuñez

En mi opinión, lo más importante ha sido aprender cómo debemos desarrollar adecuadamente una idea mientras estrechamos lazos con personas de otros países. Además, aprender las perspectivas de otros países sobre cómo podremos hacer que nuestras propias ciudades sean más sostenibles fue realmente importante. También conocer su cultura y ver cómo podremos unirnos para crear un mundo más sostenible, eso es algo que realmente aprecio.



Alice Gamba

Nunca fue una gran aventura, pero esta aventura ha despertado algo en mí: poder conocer a las personas maravillosas que he conocido o las amistades que he hecho, o tal vez el ambiente de cooperación o las cosas que compartimos. Lo que puedo decir con seguridad es que no puedo esperar a vivir una experiencia como esta otra vez. Me ha enseñado cómo trabajar y relacionarme con personas que siempre he encontrado distantes, pero ahora me doy cuenta de que no somos tan diferentes: compartimos el mismo deseo de conocimiento, de vivir y de experimentar. Todos estamos estudiando dispuestos a aprender, y estoy agradecido de haberlos encontrado.



Pablo Treus

Este proyecto fue importante porque aprendí la importancia de trabajar en equipo y comunicarme de manera efectiva, con el fin de alcanzar nuestros objetivos y proponer soluciones innovadoras a los desafíos que enfrentaremos en el futuro. También vi cómo la tecnología puede ser una herramienta valiosa para promover el cambio social y tener un impacto positivo en nuestra sociedad.



Edoardo Stucchi

Hay tantas cosas que he aprendido durante mi experiencia en Erasmus+ en Letonia, pero lo más importante para mí fue descubrir, al socializar con los otros miembros del viaje, cómo funcionan las cosas de manera diferente en otros países, por ejemplo, conocer los tres sistemas escolares distintos de cada delegación. Encontrarme rodeado de personas con diversas culturas y estarlos descubriendo me dio la oportunidad de abrir mi mente y mejorar mi conocimiento sobre el mundo.

Participantes del proyecto



Adela Koudelkova

La experiencia que hemos vivido hasta ahora es increíble. El proyecto ha sido un encuentro de personas de diferentes nacionalidades, culturas, costumbres e intereses. Y ha sido el proyecto el que nos ha unido, gracias al cual nos hemos conocido mejor, hemos aprendido a trabajar juntos y a encontrar una nota común. Pero a pesar de los obstáculos que enfrentamos, que eran el tiempo y a veces la barrera del idioma, tenemos un objetivo común. Y con esto, pensamos en el paso y cómo podremos crear algo útil para él y ayudarlo al mismo tiempo. Hemos aprendido mucho y estoy muy agradecida por ello.



Sandra Brakovska

Lo más importante que aprendí al ser parte del proyecto es la habilidad para pensar fuera de lo común y cómo hacer que las ideas sean sostenibles. Otra experiencia importante que tuve es la comunicación y a saber trabajar con todo tipo de personas. La receptividad y comprensión de los gerentes del proyecto nos dieron la oportunidad de expresar opiniones sobre las que no estábamos seguros/as. Durante las conferencias instructivas, tuvimos la oportunidad de hacer preguntas a personas que se ocupan profesionalmente del pensamiento de diseño.



Anton e Ba narova

Participar en un proyecto centrado en la producción de videos, el cual se llevó a cabo en un país extranjero y reunir a personas que no conocía, fue definitivamente un paso fuera de mi zona de confort. Y realmente disfruté del curso porque me enseñó cosas con las que no me había encontrado antes. Estoy especialmente agradecida con nuestra coordinadora principal, que nos enseñó de una manera excelente; sus actividades, juegos y presentaciones me parecían realmente enriquecedoras.



Laur s Bogdanov s

Lo más importante que he obtenido a través de este proyecto es una nueva experiencia que me ha dado mucha confianza en la filmación. Antes de eso, nunca había visto cómo se hacía un video o una película, y aquí tuve la oportunidad de vivir todas las etapas de producción de un video. Además, tuve la oportunidad de conocer a estudiantes de otros países, y realmente disfruté comunicándome con ellos y me encantando mis habilidades con el inglés.





Estudiantes en un proyecto de Bérgamo, Italia



Más allá de capturar la realidad

Una comunicación efectiva va más allá de simplemente transmitir información; implica involucrar a tu audiencia y hacer que se preocupen por tu mensaje. Lo que este manual intenta transmitir es que contar historias transforma la información en inspiración, enseñanza y acción. Usemos historias para desarrollar la confianza, aumentar la retención del conocimiento y motivar a la audiencia a aprender más y aplicarlo. El bloque básico más importante de la narración es la estructura de la historia. Comprenderla como ascensos y descensos dramáticos y emocionales puede ayudar a crear una narrativa satisfactoria. Hay muchas convenciones. Este manual describe los seis arcos narrativos básicos de Kurt Vonnegut, pero también existe una

estructura de tres puntos, conocida como el viaje del héroe.

Incluso se ha descubierto que ciertos arcos emocionales son particularmente efectivos para cautivar a los lectores. Encuentra la estructura que te resulte más natural. Experimenta con una amplia gama de posibilidades para encontrar la mejor opción adecuada para tu mensaje.

Cuando se trata de presentaciones de video, crear una historia efectiva y ofrecer un arco emocional coherente a través de una serie de imágenes es crucial. Seguir el proceso de deacción, narración y presentación en tres pasos puede ayudar a crear videos convincentes. Una buena historia debe ser entretenida, creíble, educativa, defendible, organizada, memorable y, por último, coherente con la audiencia.

Para proporcionar una estructura simple para crear historias con un claro principio, desarrollo y

desenlace. Considerar las emociones de la audiencia y desafiar sus percepciones de la realidad puede hacer que las historias modernas sean convincentes. Es importante adaptar tu historia a tu audiencia específica, comprender sus necesidades y empatizar con ellos.

Los elementos como personaje, conflicto, resolución y trama permiten que el cerebro reconozca y participe en el patrón de la historia. Recuerda, contar historias no se trata solo de tu idea o producto, sino de lo que tu cliente obtiene al elegirlo.

Finalmente, la lista de verificación para una efectiva producción cinematográfica puede guiarte a través del proceso de escritura de guiones, elaboración de un storyboard, búsqueda de ubicaciones, preparación de equipos, grabación, edición y distribución. Siguiendo estos pasos, tus videos tendrán la oportunidad de lograr el impacto que deseas.



Proyectos que inspiren al resto

Los seres humanos ocupan un lugar central en el proceso de pensamiento del diseño. A diferencia del pensamiento empresarial, donde la ganancia tiene el protagonismo, o incluso un enfoque ambiental con sus énfasis en la naturaleza, nos centramos en un diseño que merezca el bienestar humano. Pero desde nuestro punto de vista, esto es inseparable con la creación de un diseño ecológico. El objetivo del capítulo de Pensamiento Sostenible es enseñar la capacidad de abordar problemas que no tienen respuestas claras, mostrar trabajos nacidos y participar en algo

en lo que uno podría no ser bueno. El proceso implica trabajar en proyectos reales, practicar la empatía, centrarse en individuos al diseñar y realizar lluvias de ideas sin juzgar. Salid y ved el mundo por vosotros mismos, hablad con la gente y abordad necesidades reales. El objetivo no es centrarse en resultados o innovaciones, sino liberar el potencial de cada individuo en vuestro equipo y en la comunidad que deseis mejorar.

No quedarnos muchos humanos para diseñar sin abordar la idea de la sostenibilidad. El diseño

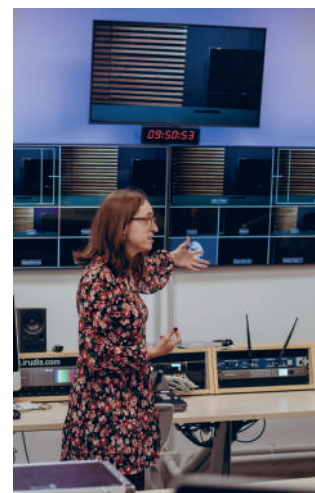
sostenible tiene como objetivo reducir los impactos negativos en el medio ambiente a lo largo del tiempo que promueve beneficios sociales y económicos. Los diseñadores pueden lograr un diseño sostenible utilizando eficientemente los recursos naturales, el género materiales respetuosos con el medio ambiente y promoviendo la salud y el bienestar de la comunidad. Los objetivos de la sostenibilidad incluyen la protección del medio ambiente, la equidad social, la prosperidad económica, la preservación cultural y la producción y consumo responsables.

Al lograr estos objetivos, se puede crear un futuro más sostenible que beneficie a todos/as y al planeta. Recordad que no estáis solos en este viaje. La Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible adoptada por la ONU obliga a todos los países más grandes a seguir estos mismos objetivos. Utilizad su impulso, experiencia y oportunidades.

En cuanto a las innovaciones, rara vez se construyen sobre un pensamiento revolucionario o fuera de lo común. La mayoría del cambio proviene de la acumulación lenta de pequeñas mejoras tomadas de cualquier lugar posible. Aprended de los expertos y buscad lugares que hayan hecho su parte. Nos inspiramos mucho en la infraestructura verde de Vitoria-Gasteiz, una ciudad del norte de España. La ciudad ha construido un cinturón verde para resolver problemas ambientales y promover la conservación de espacios naturales en conexión directa con espacios urbanos. La ciudad ha implementado varios proyectos como estanques de alivio de inundaciones, la restauración de arroyos y la infraestructura vital, huertos comunitarios y la naturalización de parques urbanos. Hay franjas de vegetación como una red interconectada a través de las calles y parques de la ciudad, e incluso los patios de las escuelas están involucrados en la planificación verde de la ciudad. Lo importante es buscar y aprender de ejemplos como Vitoria-Gasteiz y combinar estas ideas que ya funcionan en diferentes ciudades con nuevas y emocionantes maneras.



Estudiantes participando en proyectos en Italia, España y Letonia.





Intercambios en España, Italia y Letonia.



Habla de manera que te escuchan

En este manual hemos aprendido sobre presentaciones efectivas, técnicas de marketing psicológico para vender ideas. Sobre todo, a no subestimar la importancia de entender las necesidades de los clientes, a crear presentaciones convincentes y a utilizar el arte de contar historias y las conexiones emocionales para involucrar a la audiencia.

Cuando presentes tu trabajo, enfócate en tus mejores puntos. No hay nada más aburrido que presentaciones largas que abarcan muchos temas. El cerebro humano tiene un tiempo de atención de 15 minutos y no puede retener más de 7 piezas nuevas de información. Utilízalas como recursos y hazlo sabidamente. Tus puntos principales deben ser claros y precisos, no diluyas la información con detalles menores.

Existen muchos interesados/as entre tus objetivos y los resultados que deseas lograr. Cada uno de ellos/as tiene sus propios intereses y responderá de diferentes tipos de razonamiento. Este manual proporciona los pasos necesarios que debes seguir para llegar al tono adecuado.

También hemos ofrecido tareas y ejercicios prácticos para ayudar a las personas a desarrollar sus habilidades de presentación y marketing. Hemos destacado la importancia de la claridad, la concisión y el compromiso en la entrega de discursos efectivos, junto con la importancia de estructurar los discursos como base del éxito. Utilizar tus conexiones con tu comunidad y otras organizaciones puede ayudarte a difundir el mensaje; si deseas asegurarte del correcto enfoque de tu discurso, átrévete a hacerlo en 60 segundos. Asimismo, los temas que elijas para esta versión breve son las partes más importantes en las que debes enfocarte luego en un discurso de cualquier longitud.

No olvides que al final, entregar información no es el objetivo principal de ningún discurso, es un compromiso. Contar historias y ser auténtico son tus mejores aliados para alcanzar tus objetivos.

Además, proporcionamos enlaces y recursos útiles para seguir aprendiendo y mejorar. Al aplicar el conocimiento y las técnicas mencionadas en este manual, las personas pueden mejorar su capacidad para promover objetivos de desarrollo sostenible, vender sus ideas y convertirse en presentadores confiables y efectivos.

CONCLUSIÓN

¿Por qué es importante este proyecto?



Este manual debe servir como una guía integral para individuos y equipos que busquen dominar el arte de hacer videos, aplicar los principios del pensamiento de diseño y realizar presentaciones efectivas. De todo lo que puedas aprender en estas páginas, el resultado más importante que puedes obtener es la valentía. Incluso un pequeño equipo dedicado o un individuo puede marcar la diferencia. Ninguna de las estrategias o herramientas proporcionadas aquí requiere años de estudio, equipos costosos, cientos de horas de esfuerzo o talento especial. Todo esto puede ayudar, pero como todo experto te dirá, aprender siempre me precede a la experiencia práctica. Así que no te obsesiones sobre cuál debería ser el enfoque correcto, simplemente toma tu cámara y comienza a grabar lo que ves. Todos los procesos son intuitivos.

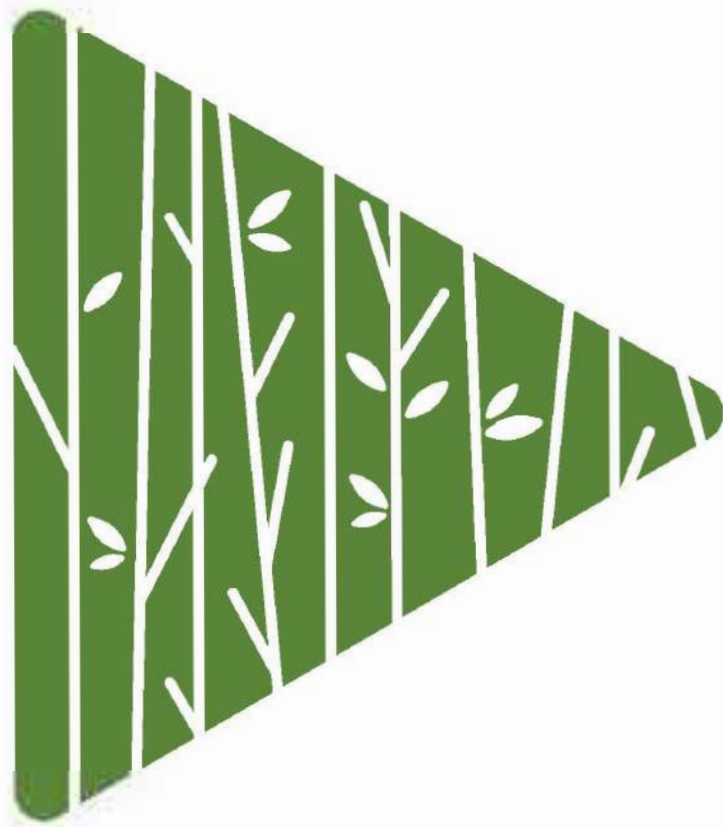
Una de las formas más efectivas de aprender es a través de la práctica con retroalimentación. A veces, nuestro entorno escolar nos enseña que debemos pasar una prueba en el primer intento o que necesitamos escribir un ensayo y entregarlo al profesor, y ese es nuestro producto final. Pero en realidad, los mejores resultados provienen del ensayo y error. Escribe un borrador, lo muestras a las personas, recopilas comentarios y lo reescribes una y otra vez, hasta que los comentarios sean buenos. Acepta este enfoque y no temas al fracaso, es solo un paso en el camino hacia grandes resultados. Experimenta en tus tentativas, cambia tu enfoque y vuelve a intentarlo. Así es como todas las grandes personas que admiramos aprendieron sus lecciones. Usa el apoyo de las personas y pideles retroalimentación en cada paso del camino. Ningún momento es demasiado pronto para compartir una idea, un video en el que estás trabajando o la presentación que estás preparando.

Hemos abarcado una amplia gama de temas, desde técnicas de producción de video y estrategias de narración hasta la aplicación de metodologías de pensamiento de diseño en el proceso creativo. Este manual ha enfatizado la importancia de entender al público objetivo, elaborar narrativas atractivas y utilizar elementos visuales y de audio para cautivar a los espectadores. También proporcionamos consejos prácticos y ejercicios para ayudar a los lectores a mejorar sus habilidades para hacer videos, fomentar la creatividad a través del pensamiento de diseño y desarrollar técnicas de presentación persuasivas. Al seguir la orientación e incorporar los principios descritos en este manual, los individuos y equipos pueden elevar sus habilidades para hacer videos, diseñar y presentar para comunicar sus ideas de manera efectiva, involucrar a sus audiencias y lograr los resultados deseados. Toda la información en este manual fue probada por estudiantes de Letonia, Italia, España y la República Checa durante una serie de reuniones internacionales. Nuestros estudiantes pusieron en práctica lo que puedes leer aquí y puedes ver los resultados de su viaje de aprendizaje. Entonces, este es un manual que fue puesto a prueba por la experiencia de la vida real.

Estimado lector, ten en cuenta que este manual es solo el comienzo de tu viaje. Es algo en lo que puedes basarte para avanzar. Aquí encontrarás historias inspiradoras de lugares, conceptos de narración convincentes y muchos consejos útiles. Pero lamentablemente, lo más importante no se encuentra en los libros. Se trata de la capacidad para crear una comunidad de personas con ideas afines. Nuestros proyectos unieron a esas personas y ese es el resultado más importante. Tú puedes hacer lo mismo. Hay proyectos sucediendo a tu alrededor, así que conecta con personas y construye una red de agentes de cambio, porque solo juntos podemos hacer los cambios que queremos ver.



Primer taller en "SAULES SKOLA" en Daugavpils, Letonia, en septiembre de 2022.



MULTIGREEN



Funded by
the European Union