

Una experiencia en el desarrollo de narrativas digitales como apoyo a la gestión del conocimiento en una PyME mexicana

Perez-Soltero, Alonso *; Aguayo-Salinas, Mirna Elia; Barcelo-Valenzuela, Mario; Sanchez-Schmitz, Gerardo

*Departamento de Ingeniería Industrial, Universidad de Sonora
Blvd. Luis Encinas y Rosales, Hermosillo, Sonora, México.*

aperez@industrial.uson.mx, aguayo@industrial.uson.mx, mbarcelo@industrial.uson.mx,
gsanchez@industrial.uson.mx

RESUMEN

Se presenta una experiencia en la aplicación de una metodología para el desarrollo de narrativas digitales para documentar experiencias que desean conservarse y así favorecer la gestión del conocimiento organizacional. Para esto, se describe un estudio llevado a cabo en una PyME del noroeste de México dedicada a la prestación de servicios de consultoría. En particular, la experiencia en el desarrollo de narrativas digitales que se presenta, tiene como objetivo mostrar diversas consideraciones que se recomienda tomar en cuenta durante el desarrollo de narrativas digitales. Las consideraciones son las siguientes: requisitos para considerar una narrativa digital, aspectos a contemplar para narrar en formato digital, aspectos a tomar en cuenta durante la entrevista y consideraciones generales. Como resultado de tomar en cuenta estas consideraciones, las narrativas digitales elaboradas cumplieron satisfactoriamente los objetivos desde el punto de vista organizacional de acuerdo a los directivos de la empresa. Además, reflejaron las anécdotas, experiencias, estilos de trabajo y testimonios propios de la cultura de la empresa que ayudaría a conservarlos para posteriormente ser divulgados a las próximas generaciones de empleados y/o colaboradores. Por su parte, los empleados y/o colaboradores también las evaluaron positivamente en aspectos como vivencias y emociones compartidas, narración, utilidad de la información compartida, vigencia de la información, imágenes utilizadas, tiempo de duración, entre otros.

Palabras Claves: Narrativas digitales, gestión del conocimiento, PyME mexicana.

ABSTRACT

An experience in the application of a methodology for the development of digital narrative is presented to document experiences kept wishing and thus promote organizational knowledge management. For this, a study conducted in northwestern Mexico SME dedicated to providing consulting services is shown. In particular, experience in developing digital stories presented, aims to show various considerations that are recommended to take into account during the development of digital narratives. Considerations include: requirements to consider a digital narrative, telling aspects to look for in a digital format, aspects to consider during the interview and general considerations. As a result of taking these considerations into account, the views of company executives were considered positive and digital narratives met the objectives from the organizational point of view. In addition, they are reflecting the stories, experiences, work styles and own testimonies of the culture of the company that would help preserve them for later be reported to the next generation of employees and / or collaborators. For their part, employees and / or collaborators who participated in the assessment of digital narrative, also evaluated positively in aspects such experiences and shared emotions, storytelling, use of shared information, timeliness of the information, images utilized, time of duration, among others.

Keywords: Digital storytelling, knowledge management, Mexican SME.

1. INTRODUCCIÓN

La gestión del conocimiento es un tema de gran actualidad, ya que permite a las organizaciones aprovechar uno de los recursos de mayor valor como lo es su conocimiento. Diversos autores precisan que la gestión del conocimiento es una sorprendente mezcla de estrategias, herramientas y técnicas, algunas de las cuales no son precisamente innovaciones: la narración de historias (storytelling), la tutoría de igual a igual y el aprendizaje de los errores.

La narración de historias, tanto en forma verbal oral o escrita, es un vehículo para capturar y compartir el conocimiento. En este sentido, la narración de historias es considerada una vía fundamental para que los seres humanos se comuniquen sin importar la forma de hacerlo. Además, se aplica en la gestión y prácticas de la organización con el fin de alcanzar metas específicas y funciona como un complemento a las herramientas de gestión tradicionales. Por lo tanto, el objetivo dentro de las organizaciones, debe ser identificar aquellas historias que mejor comuniquen la historia fundamental de la compañía y que al mismo tiempo garanticen su repetición.

El objetivo de este trabajo es mostrar diversas consideraciones que se recomienda tomar en cuenta durante el desarrollo de narrativas digitales para documentar experiencias que desean conservarse y así favorecer la gestión del conocimiento organizacional.

El presente artículo está estructurado de la siguiente manera. Primeramente se presenta el marco de referencia donde se describen las narrativas, las narrativas digitales y las diferencias que existen con otros tipos de materiales de video. A continuación se da un panorama de algunas de las herramientas para el desarrollo de narrativas digitales y sus principales características. Posteriormente, se describe una experiencia en el desarrollo de narrativas digitales en una PyME mexicana donde se muestran y explican de manera detallada algunas consideraciones importantes que se recomienda tomar en cuenta durante el desarrollo de las mismas. Después, se indican los resultados obtenidos del estudio, finalmente las conclusiones y trabajos futuros.

2. MARCO DE REFERENCIA

En esta sección se presentan algunos de los conceptos más importantes relacionados con este trabajo y que son fundamentales para el estudio realizado.

2.1 Las narrativas (Storytelling)

Pratten [1] señala que las personas narran historias para entretener persuadir y explicar. La narrativa es una disciplina que convierte la información en emoción [2]. Una gran historia se gana los corazones y las mentes de los receptores [1].

Tanto en la forma oral como escrita, la narración de historias es un vehículo para capturar y compartir el conocimiento. En este sentido, la narración de historias es considerada una vía fundamental para que los seres humanos se comuniquen con los demás sin importar la forma de hacerlo. Además se aplica en la gestión y prácticas de la organización con el fin de alcanzar objetivos específicos [3].

Como se sabe, contar historias es un mecanismo por el cual las primeras civilizaciones transmitieron sus valores y su sabiduría a las generaciones siguientes [4]. Esta práctica tan antigua como el lenguaje, permite una integración intercultural de los recursos - la literatura, medios de comunicación y el cine - más allá del libro de texto estándar, y promueve un sentido de conexión en una sociedad cada vez más global homogeneizada por sus vínculos con los medios de comunicación [5].

En las empresas, la narración de historias funciona como un suplemento a las herramientas de gestión tradicionales. Por lo tanto, el objetivo debe ser identificar aquellas historias que mejor comunican la historia principal de la compañía y que al mismo tiempo garanticen su repetición [6].

2.1 La narrativa digital

Más actual es la narración digital de historias que permite al narrador enriquecer las historias y las hace más versátiles, emocionantes e interesantes a través del uso de texto, voz, música, animación, vídeo y elementos adicionales [7].

La narración digital toma el antiguo arte de la narración oral y lo acopla, mediante tecnologías, a imágenes, gráficos, música y sonidos mezclados con la voz del propio protagonista de la historia. Aquí se entretajan las imágenes, música, narración y voz para dar una profunda dimensión y color vivo a personajes, situaciones, experiencias y puntos de vista [8].

La narrativa digital implica la creación de una historia mediante el uso de multimedia con el objetivo de estimular la reflexión. El video, fotografías y sonido se combinan para representar la historia o narrar los hechos [9].

Las narrativas digitales pueden variar en longitud, pero usualmente el tiempo de duración fluctúa entre 2 y 10 minutos, tiempo durante el cual se combinan imágenes, texto, narración, video y música para contar una historia. Su objetivo es mover, acoplar o inspirar a la audiencia a través de una historia personal [10].

La narrativa digital también ha sido llamada narrativa transmedia (transmedia storytelling) y la definición es: "Narrativa transmedia es contar una historia a través de múltiples medios de comunicación y de preferencia, aunque no siempre es así, con un grado de participación de la audiencia, la interacción o colaboración" [1].

Hay algunos aspectos que se deben tomar en cuenta para la realización de narrativas digitales y estos tienen que ver con el equipo que se utilizará (contar con cámara digital, grabadora de audio y tripie), el trabajo de campo (ser éticos durante la realización) y el trabajo de escritorio (trabajo previo como posterior a la grabación, es decir, elaboración de guión y storyboard como armado de producto final) [11].

En cuanto a la información que se pretende compartir, la cual será integrada al formato multimedia a través de guión o texto visual, se deben tener en cuenta las habilidades del pensamiento de la persona que compartirá su experiencia, y una forma de hacerlo es a través de la Taxonomía de Bloom revisada [12], mediante la cual se presentan dentro de cada categoría verbos claves asociados a ellas; estas categorías son: recordar, comprender, aplicar, analizar, evaluar y crear. Todas estas acciones pueden llevarse a cabo con el conocimiento, por ello se debe ser reflexivo para elegir adecuadamente el conocimiento que se va a conservar, para elegir adecuadamente aquel que será útil para la organización o para los futuros empleados.

2.2 Diferencias entre una narrativa digital y otros materiales de video

Cuando se desarrollan narrativas en formato digital, es común que exista confusión con diversas materiales de video, en este caso, se hace una distinción respecto a un video tutorial, video documental y un video promocional.

El storytelling o narrativa, no se circunscribe, solamente, a la recopilación de anécdotas, experiencias y testimonios empresariales, usados a modo de ilustración, sino, a su uso como instrumento de reflexión para gestionar el cambio y transformación en las empresas. La narrativa empresarial actúa como un espejo de la realidad en el que, a través de los relatos o historias, cada uno ve la realidad. A través de las narrativas se induce a los empleados y clientes a cambiar su visión de la realidad empresarial [13].

Un video tutorial explica mediante una serie de pasos cómo hacer alguna cosa, no tiene que ser necesariamente algo de informática [14]. Se trata de un curso breve y de escasa profundidad, que enseña los fundamentos principales para poder utilizar algún tipo de producto o sistema, o para poder realizar una cierta tarea. Los tutoriales suelen seguir un orden lógico, ya que presentan una serie de pasos cuya complejidad va en aumento. Esto quiere decir que el primer paso que presentan es de un nivel básico y puede cumplirse con nulos conocimientos, mientras que los últimos requieren de la habilidad que, supuestamente, se adquirió tras completar los pasos previos [15]. Los pasos normalmente tienen que seguirse de arriba a abajo, de no hacerlo, no se conseguirá el resultado del final [14].

Un video documental, puede ser una película cinematográfica o un programa de televisión que utiliza principalmente el mundo real como referencia, con el fin de que el público comprenda su entorno. Éste puede mostrar la vida de la gente tal y como es, y en ocasiones los testimonios de estas personas se unen a la realidad contada. Nunca intervienen actores profesionales y su duración y los temas a tratar dependen mucho del medio al que van dirigidos [16].

Un video promocional, es una herramienta de marketing y ventas diseñada para informar y atraer a los consumidores sobre un producto, un servicio o una organización. Por norma general, el vídeo promocional ha de ser directo, preciso y se recomienda que no dure más de tres minutos. Cuanto más breve y claro sea el mensaje mejor se mantendrá en la mente del consumidor [17].

3. HERRAMIENTAS PARA EL DESARROLLO DE NARRATIVAS DIGITALES

Existen diversas herramientas de software como apoyo para la realización de narrativas digitales, tales como los que se describen a continuación.

Prezi. Es una pizarra blanca virtual que transforma las presentaciones y convierte los monólogos en conversaciones: permite que la gente vea, comprenda y recuerde ideas. Una historia visual fluye y despliega una narrativa en la que las imágenes y las palabras convergen para presentar una idea o enseñanza. Usar los lienzos abiertos de Prezi para construir un arco narrativo en el que el contexto visual lleve al espectador a descubrir una ruta de conocimiento. El lienzo en 3 dimensiones de Prezi es un espacio virtual en el que se puede profundizar y explorar para ampliar la conversación. Lo anterior es un resumen obtenido de <http://prezi.com/> donde puede consultarse mayores detalles de la herramienta.

Microsoft PowerPoint. Es un programa de presentación desarrollado por la empresa Microsoft para hacer presentaciones con texto esquematizado, así como presentaciones en diapositivas, animaciones de texto e imágenes prediseñadas o importadas desde imágenes de la computadora. Se le pueden aplicar distintos diseños de fuente, plantilla y animación. Lo anterior es un resumen

obtenido de <http://office.microsoft.com/en-us/powerpoint/> donde puede profundizarse más sobre la herramienta.

Windows Movie Maker. Es una característica de Windows Vista que permite crear presentaciones y vídeos caseros en el equipo y completarlos con títulos, transiciones, efectos, música e incluso con una narración para conseguir un aspecto profesional. Y cuando esté preparado, se podrá publicar el vídeo y compartirlo con amigos, familiares o cualquier público de interés. Lo anterior se obtuvo de <http://windows.microsoft.com/es-419/windows-vista/getting-started-with-windows-movie-maker> el cual puede consultarse para mayores detalles.

Existen múltiples herramientas que pueden ser utilizadas para la realización de vídeos. Por ejemplo: Sony presenta una gran variedad de programas para edición, sin embargo, todos ellos tienen costo, sólo por un periodo de prueba pueden conseguirse de manera gratuita. Algunos de los que se ofrecen son:

MoviEZ HD. Crea automáticamente películas caseras de aspecto profesional con tan sólo unos clics, ¡sin necesidad de experiencia en la edición de vídeo! Gracias a las funciones potentes y compatibles con contenidos multimedia full HD, las películas y las fotografías estarán muy pronto listas para compartirlas con los amigos, la familia y el mundo entero. Lo anterior es un resumen obtenido de <http://www.sonycreativesoftware.com/download/trials/moviezhd> donde puede consultarse mayores detalles de la herramienta.

Vegas Pro. La familia Vegas™ Pro ofrece un entorno de producción integrado e innovador para la edición profesional de vídeo, la mezcla de audio y la creación de DVD y Blu-ray Disc™. Con una amplia compatibilidad con más formatos, una sólida arquitectura de plugins OpenFX e innovadoras formas de ahorrar tiempo en los flujos de trabajo, Vegas Pro permite hacer llegar fácilmente el mensaje y expresar una visión artística. Lo anterior es un resumen obtenido de <http://www.sonycreativesoftware.com/download/trials/vegaspro> donde puede profundizarse más sobre la herramienta.

DVD Architect Studio. Con el software DVD Architect™ Studio se pueden crear rápidamente proyectos de DVD y Blu-ray Disc™ de aspecto profesional e incluso sensacionales producciones de pantalla panorámica en un equipo doméstico. Lo anterior se obtuvo de

<http://www.sonycreativesoftware.com/download/trials/dvdastudio> el cual puede consultarse para mayores detalles.

Movie Studio. Crear vídeos impresionantes que piden ser vistos una y otra vez. Añadir estilo profesional y energía con transiciones, títulos y efectos de vídeo. Permite cargar fácilmente las películas terminadas a YouTube™ y Facebook™ sin salir de la aplicación. Movie Studio facilita capturar información del mundo y compartirla. Lo anterior es un resumen obtenido del sitio web <http://www.sonycreativesoftware.com/download/trials/moviestudio> donde puede profundizarse más sobre la herramienta.

WeVideo. Es la plataforma líder de creación de video en línea, proporcionando la edición de vídeo, la colaboración y el intercambio a través de cualquier dispositivo - móviles, tabletas, ordenadores portátiles y las PC. Permite que la creación de video esté al alcance de todos, ya que hace uso de tecnologías basadas en la nube para hacer más fácil, más rápido y más conveniente su utilización en cualquier momento y en cualquier lugar. Debido a que es basado en la nube, permite tener una edición de vídeo social, es decir, es posible que las personas se reúnan en línea para colaborar en un proyecto de vídeo. Es un editor y creador de video gratuito. Lo anterior se obtuvo de <http://www.wevideo.com/> donde puede consultarse mayores detalles de la herramienta.

4. UNA EXPERIENCIA EN EL DESARROLLO DE NARRATIVAS DIGITALES EN UNA PYME MEXICANA

El estudio se desarrolló en la empresa KM Solución que es un despacho de consultoría que nació en el año de 2009. Su objetivo es ofrecer a sus clientes soluciones de clase mundial con el propósito de alinear el talento del personal, en los procesos, los productos y servicios, que impacten en el resultado de la empresa mediante el empleo de técnicas, métodos y estrategias del conocimiento y experiencias personales [18].

El despacho de KM Solución se encuentra ubicado en una de las ciudades más importantes del noroeste de México. En los años que lleva de funcionamiento, ha logrado atraer a reconocidas empresas nacionales que hoy reciben los servicios que brindan. Para ofrecer sus servicios, KM Solución hace uso de la tecnología, realiza reuniones virtuales con sus clientes y da seguimiento a los proyectos de consultoría en forma presencial. Actualmente se encuentra en la búsqueda del canal más adecuado de comunicación para hacer realidad que el conocimiento que se posee sea compartido, utilizado y/o replicado como propuesta de valor de la empresa [19].

La empresa KM Solución, desea integrar a su memoria organizacional las narrativas digitales, ya que existen vivencias y anécdotas que se desean compartir entre las presentes y futuras generaciones de empleados y/o clientes.

La metodología utilizada para el desarrollo de narrativas digitales se muestra en la figura 1, donde las etapas principales son: Organización / Identificación del Conocimiento, Realización / Captura, Conservación / Almacenamiento, Uso / Reutilización [20].

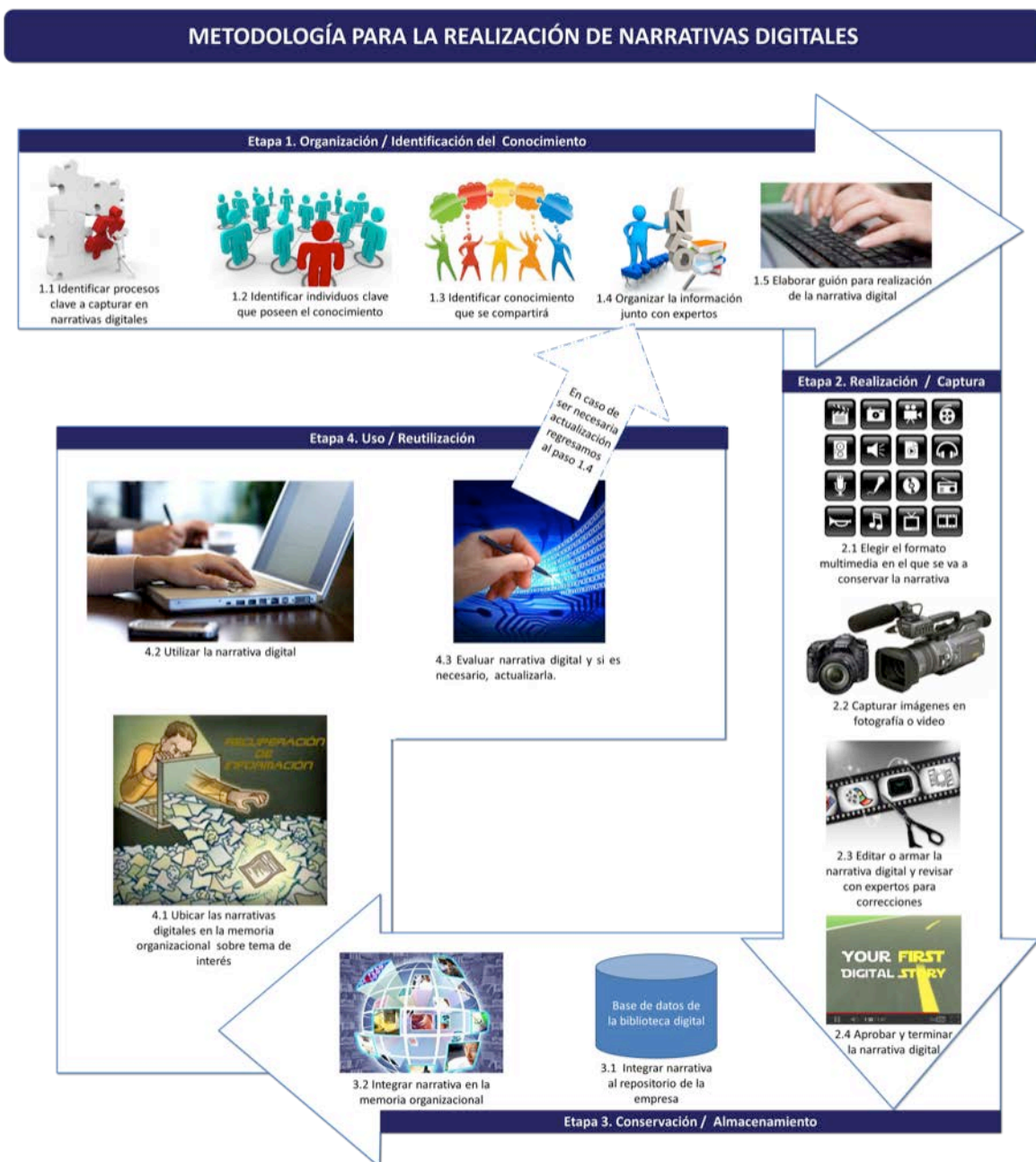


Figura 1 Metodología para el desarrollo de narrativas digitales [20].

A continuación se describe de manera resumida la implementación de la metodología llevada a cabo en la organización [20]. Primeramente se tuvieron varias reuniones con el personal directivo para conocer detalles del proceso de E-marketing del cual se iban a desarrollar las narrativas digitales, además, se definieron quiénes de los integrantes del equipo participarían brindando información en cada situación específica. La empresa KM Solución dispuso que las narrativas fueran desarrolladas por los colaboradores quienes eran estudiantes universitarios que realizaban las prácticas profesionales en esta organización (a este tipo de estudiantes también se les conoce con el nombre de practicante). El grupo encargado de realizar las narrativas digitales estableció reuniones con cada uno de los involucrados que poseen experiencias o vivencias que compartirían en la narrativa digital sobre el proceso de E-marketing. Algunos optaron por tomar notas de lo que los expertos les proporcionaron de información, otros realizaron grabaciones de audio y algunos más captaron en video las entrevistas que hicieron para conservar la información, mismas que utilizarían posteriormente para la realización de la narrativa. Junto con los directivos de la empresa se determinó que para la realización de las narrativas digitales se utilizarían las herramientas con las que KM Solución cuenta para su funcionamiento cotidiano, de tal forma que los involucrados

debieron hacer uso de las computadoras y el software básico para desarrollarlas. Fue así como se decidió utilizar PowerPoint y Prezi, para hacer presentaciones con animación y efectos y, para edición de video se utilizó el programa Movie Maker que algunos de los involucrados en el proyecto ya habían utilizado. Se les especificó cuáles habrían de utilizar para cada una de las narrativas, con el fin de utilizar las tres herramientas con las que se contaba en la empresa.

La experiencia en el desarrollo de narrativas digitales que se presenta a continuación, tiene como propósito mostrar aquellos elementos que tuvieron que tomarse en cuenta para tener éxito en la implementación de la metodología. Se tuvieron que tomar diversas consideraciones durante la experiencia de haber desarrollado las narrativas y que se enumeran a continuación: I) Requisitos para considerar una narrativa digital; II) Aspectos a contemplar para narrar en formato digital; III) Aspectos a tomar en cuenta durante la entrevista; y IV) Consideraciones generales. Estas consideraciones se muestran representadas en la figura 2.

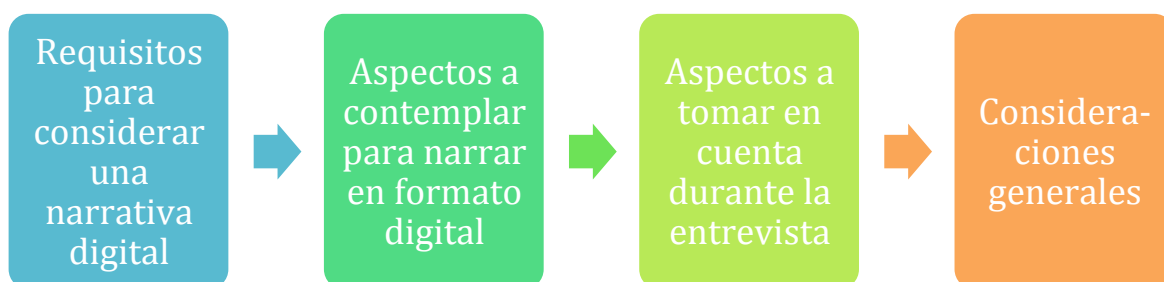


Figura 2 Consideraciones durante la experiencia del desarrollo de narrativas digitales.

A continuación se describen de manera detallada cada una de estas consideraciones y la manera cómo fueron tomadas en cuenta para el éxito de la implementación de la metodología para el desarrollo de narrativas digitales en la empresa KM Solución.

I) Requisitos para considerarse una narrativa digital. Los requisitos a tomar en cuenta para considerarse de que se trata de una narrativa digital son: 1) Debe haber una historia que contar, 2) Debe ser una historia que sea narrada por el protagonista, por algún participante del hecho o un narrador, sin embargo, si se elige esta opción deben tener participaciones de los involucrados; 3) La historia debe contener emociones (tristeza, alegría, enojo, etc.) que se compartan con el espectador; 4) No debe ser un tutorial o procedimiento para realizar alguna actividad; y 5) Se debe utilizar un medio digital que se tenga disponible y que permita la utilización de audio, video y/o imágenes para contar la historia y elaborar la narrativa.

II) Aspectos a contemplar para narrar en formato digital. Los aspectos a considerar para narrar en formato digital son: 1) Recopilar la información para determinar si la estructura de la narración será en palabras del protagonista, en palabras de algún participante del hecho o si será una narración donde el protagonista de la historia sólo tenga esporádicas intervenciones y haya una tercera persona que narre el hecho. En el caso de los testimoniales en voz propia del protagonista, es necesario determinar qué tanta facilidad de palabra tiene, en caso de que sea “corto de palabras”, muy redundante o detallista en los hechos o poco expresivo, se tomarán sólo fragmentos de la grabación de su participación y se elaborará un guión general con la información que haya proporcionado para integrar esos segmentos que se consideran importantes para que sean expresados por él y lo demás será grabado por el narrador. Se puede ilustrar con imágenes fijas, recreaciones o video existente; 2) Las imágenes que pueden apoyar la narrativa digital pueden ser fotografía fija, videos secuenciales, recreaciones; 3) Captar la atención de la audiencia, relatando la historia con estilo propio, auténtico y que tenga relevancia y significado. Se debe estructurar una idea clara que se transmita en el mensaje, se pueden utilizar datos, estadísticas o hechos; 4) El mensaje de la historia debe ser claro. Es importante recordar que una narrativa no es propaganda o publicidad, ni tampoco dar datos estadísticos al por mayor; 5) La narrativa digital debe tener el formato de una historia, es decir, debe tener un inicio, desarrollo del tema y un cierre final.

III) Aspectos a tomar en cuenta durante la entrevista. Los aspectos importantes que se recomienda contemplar mientras se entrevista a la(s) personas que comparten su vivencia, son: 1) Buscar que la persona se sienta cómoda; 2) Mostrar empatía con la persona que brinde la información (es decir, ponerse en el lugar del entrevistado). 3) Hay que dejar hablar al entrevistado, no estarlo presionando para que se apure, para que concluya o para que diga lo que el entrevistador quiere, el entrevistador debe ser paciente; 4) Mostrar al entrevistado que el entrevistador lo quiere escuchar. Si es necesario, eliminar los posibles distractores; 5) Independientemente de llevar un cuestionario pre-establecido para la entrevista, hacer todas aquellas preguntas que vayan a servir para la elaboración de la narración. Básicamente, de la entrevista se debe obtener información para contestar las preguntas básicas que debe contener la

narrativa: ¿qué?, ¿quién?, ¿cómo?, ¿cuándo?, ¿dónde?, ¿por qué?, ¿para qué?. 6) Considerar las siguientes sugerencias de preguntas para la entrevista: ¿Cuál es su nombre y su puesto dentro de la empresa?, En el área en la que se desarrolla, ¿hay algún suceso que quiera compartir relacionado con...?. En el caso de que el entrevistador ya conozca el hecho, se debe preguntar directamente: ¿Podría darnos detalles del hecho (que pasó cuando...) (relacionado con...) (que generó...)...?. Y posteriormente hacer preguntas más a detalle como: ¿Qué ocurrió?, ¿Cuándo ocurrió?, ¿Dónde ocurrió?, ¿Cómo fueron los hechos?, ¿Qué sintió al vivir esa situación?, ¿Por qué se dio esta situación?, ¿Cuáles son las condiciones que existían en el entorno para que se produjera este hecho?, ¿Cuál es la utilidad que le da a esta vivencia?. 7) Muy importante es aclarar que, tal como se puede apreciar, no se puede establecer un cuestionario rígido que sea utilizado para todos los entrevistados en diferentes lugares, por el contrario, el entrevistador debe formular todas aquellas preguntas que considere que le pueden servir para recopilar la mayor información de los hechos vividos por el entrevistado para luego plasmarlos en la narrativa digital. Se sugiere ir anotando las preguntas adicionales que realicen durante la entrevista para contar con una guía que pueda indicar la secuencia que se generó durante la entrevista.

IV) Consideraciones generales. Entre las consideraciones generales encontradas durante la experiencia del estudio se encuentran: 1) Crear condiciones favorables para un ambiente cálido para la persona que ofrecerá su testimonial; 2) Utilizar recursos de audio (música, efectos de sonido, silencios) para reforzar las ideas expresadas en la narrativa; 3) Un grupo de actores que puedan recrear lo que se exprese en la narrativa, ya que esto puede tener un efecto mayor en la audiencia; 4) En cuanto a las consideraciones técnicas cuando se realiza la grabación del testimonial, es necesario que la persona se encuentre en un espacio que le brinde confort y tranquilidad, que existan pocos o ningún distractor para que las ideas fluyan y que se cuiden los detalles técnicos como iluminación, grabación de audio, regulación de sonido ambiente y que la grabación se realice con tripié; 5) En cuanto a la edición de la narrativa, se debe construir la pista de audio sobre la cual se irá vistiendo con imágenes lo que se está narrando y elegir las imágenes de acuerdo con lo que se está contando en el suceso; y 6) Gran parte de la atracción que se obtenga hacia una narrativa digital adicional al mensaje que se transmite es la creatividad que se ponga en ella por parte de los productores del material.

5. RESULTADOS OBTENIDOS

Durante el proceso del desarrollo de las narrativas digitales, se fueron generando y/o tomando en cuenta las consideraciones descritas en la sección anterior. Estas se fueron documentando como parte de la experiencia en el desarrollo de las narrativas y que de acuerdo a la organización fueron exitosas. Las narrativas tuvieron una revisión por parte de los directivos de la empresa, quienes hicieron una valoración en términos de los objetivos organizacionales. También se realizó una evaluación por parte de los nuevos practicantes quienes serían los usuarios de las mismas.

Para obtener estos resultados, primeramente se tuvieron el guión y las imágenes para integrar la narrativa digital, los encargados de su realización llevaron a cabo la edición. Se utilizaron paquetes como Prezi, PowerPoint y Movie Maker para hacer realidad las narrativas. Una vez concluidas las versiones preliminares, fueron presentadas ante los directivos de KM Solución para recibir comentarios y observaciones por si habría algo que incluir y/o modificar.

Entre los comentarios más recurrentes que se tuvieron sobre las versiones preliminares de las narrativas realizadas, fueron referentes a mejorar la calidad de algunos de los trabajos presentados, la recomendación a algunos de los involucrados para que concluyeran más rápido sus historias y a otros, considerar otros elementos visuales para mejorar el diseño de las narrativas digitales. También se expusieron las observaciones sobre cambios necesarios para que el contenido final fuera adecuado a lo que KM Solución requería.

Las indicaciones brindadas a los realizadores fueron tomadas en cuenta y se procedieron a re-editar aquellas partes de las historias donde se solicitaron cambios. Una vez realizadas las modificaciones que se señalaron, re-editada y terminada la narrativa digital, se procedió a una última revisión por parte de los directivos para su aprobación. Una vez aprobada la historia se consideró una narrativa digital terminada. Los trabajos terminados fueron presentados a los integrantes del equipo de KM Solución durante una de las reuniones semanales. En esta reunión estuvieron los directivos y los nuevos practicantes. Posteriormente se determinó que esas narrativas digitales estaban listas para ser archivadas en la memoria organizacional de la empresa.

Las opiniones de los directivos fueron positivas y consideraron que las narrativas digitales cumplían con los objetivos desde el punto de vista organizacional y que reflejaban anécdotas, experiencias, estilos de trabajo y testimonios propios de la cultura de la empresa que ayudaría a conservarlos para ser divulgados a las próximas generaciones de empleados y/o practicantes.

En cuanto a la evaluación de las narrativas por parte de los nuevos practicantes, la evaluación se llevó a cabo de la siguiente forma: Una vez vistas en grupo la narrativas digitales se les entregó a

los practicantes una hoja (para cada narrativa vista) para realizar la evaluación de la narrativa digital. En esta hoja se calificaron aspectos como: La concordancia de las ideas con las imágenes, que en la narrativa digital se detecten emociones o existan anécdotas, el tiempo de duración, el contenido y el uso que tendría la información de la narrativa, entre otros.

Un ejemplo de una plantilla de evaluación realizada por uno de los practicantes se muestra en la figura 3.

EVALUACIÓN DE NARRATIVA DIGITAL								
Favor de realizar la evaluación mediante la escala de Likert								
La escala de Likert es una escala ordinal continua de 7 valores, en donde 1 corresponde a "muy mal", 2 a "mal", 3 a "regular tendiente a mal", 4 a "regular", 5 a "regular tendiente a bien", 6 a "bien" y 7 "muy bien".								
Marcar con una X el valor elegido								
		1	2	3	4	5	6	7
1	El nombre de la narrativa está acorde con el tema que se presenta							X
2	Consideras que las imágenes de apoyo a la narración son adecuadas a lo que se va platicando							X
3	Consideras que la narrativa digital está entendible							X
4	Consideras que el tiempo de duración de la narrativa es adecuado							X
5	Consideras que el protagonista habla de sus vivencias durante la narración							X
6	Consideras que el protagonista habla de sus emociones durante su narración							X
7	El contenido presentado por el narrador contiene un inicio, medio y fin de la historia						X	
8	Consideras que La información proporcionada es de utilidad para ti y tu trabajo en la empresa							X
9	Consideras que la información proporcionada es de utilidad para la empresa en general						X	
10	Consideras que la información proporcionada es vigente							X
11	Consideras que la información ofrecida facilita la realización de actividades de la empresa						X	
12	Consideras que el vocabulario utilizado por el narrador es adecuado y entendible							X
Observaciones y comentarios adicionales que desees compartir sobre la narrativa evaluada:								
Muy bien, muy entendible, existen algunas fallas en cuestion de ruido en el audio, pero, talvez no se cuente con equipo profesional de grabación.								
Nombre del Evaluador: [Redacted]								

Figura 3 Ejemplo de evaluación realizada a una narrativa digital.

Los resultados obtenidos de las narrativas digitales evaluadas por los practicantes y que contemplaban durante su desarrollo las consideraciones descritas en la sección anterior, fueron los siguientes:

En la mayoría de los aspectos evaluados la respuesta fue "bien" y "muy bien". Es decir, para todos los aspectos evaluados: vivencias y emociones compartidas, narración, utilidad de la información compartida, vigencia de la información, imágenes utilizadas, tiempo de duración, entre otros, la puntuación para cada aspecto estuvo entre 6 y 7 puntos otorgados por los evaluadores.

6. CONCLUSIONES Y TRABAJOS FUTUROS

Conservar las vivencias, anécdotas, experiencias y testimonios empresariales, favorecen a una reflexión sobre el quehacer organizacional y mantienen la cultura y valores que la empresa desea promover a las nuevas generaciones que formarán parte de la empresa. Una forma de lograrlo, es mediante el desarrollo y conservación de narrativas digitales.

La experiencia de haber aplicado una metodología para el desarrollo de narrativas digitales en un entorno organizacional como el explicado en el presente trabajo, permitió identificar una serie de recomendaciones que vale la pena tomar en cuenta para aquellas organizaciones interesadas en conservar su conocimiento mediante narrativas digitales. Estas consideraciones fueron: I) Requisitos para considerar una narrativa digital; II) Aspectos a contemplar para narrar en formato digital; III) Aspectos a tomar en cuenta durante la entrevista; y IV) Consideraciones generales.

Las consideraciones presentadas y aplicadas en esta PyME mexicana fueron muy importantes y favorecieron para alcanzar el éxito durante el desarrollo y aplicación de las narrativas digitales dentro de la empresa. Esta fue una experiencia muy enriquecedora por los resultados obtenidos, sin embargo, es un proceso perfectible y donde se pueden continuar haciendo mejoras.

Entre los trabajos futuros se encuentran desarrollar nuevas narrativas digitales en diversos entornos organizacionales aplicando las consideraciones y hacer una permanente evaluación de las mismas. También se puede desarrollar un instrumento y/o herramienta de software que permita la catalogación y valoración de cada una de las narrativas digitales (puede ser a través de indicadores) respecto al cumplimiento de las consideraciones, de tal manera que puedan

mejorarse para un mejor aprovechamiento por parte de los miembros de la organización. Finalmente, es muy importante mantenerse al día sobre las nuevas herramientas que surjan para la edición de las narrativas digitales que faciliten su desarrollo.

7. REFERENCIAS

- [1] Pratten, R. (2010). "Getting started in transmedia storytelling". En Transmedia storyteller. Consultado el 15 de octubre de 2014. Disponible en <http://www.tstoryteller.com/getting-started-in-transmedia-storytelling>
- [2] Snijders, E. (2010). "Encuentro de Networking: Storytelling personal: cómo conseguir que cada encuentro profesional sea memorable". En Slideshare. Consultado el 15 de octubre de 2014. Disponible en <http://es.slideshare.net/evasnijders/storytelling-personal-cmo-conseguir-que-cada-encuentro-profesional-sea-memorabile-5668683>
- [3] Leung, J.K.; Fong, P.S. (2011). "The power of stories in the construction industry: lessons from other domains". *Vine: The journal of information and knowledge management systems*, Vol. 41, No. 4, pp. 466-482.
- [4] Becerra-Fernandez, I.; Sabherwal, R. (2010). *Knowledge Management systems and process*. (I. M.E. Sharpe, Ed.) Armonk, New York: M.E. Sharpe, Inc.
- [5] McElroy, C. J. (2006). "Storytelling in the classroom, how the oral tradition enhances teaching the humanities". *International Journal of the Humanities*, Vol. 4, No. 1, pp. 127-135.
- [6] Fog, K.; Budtz, C.; Munch, P.; Blanchette, S. (2010). *Storytelling, branding in practice*. Second edition. Frederiksberg, Denmark: Springer Berlin Heidelberg.
- [7] Duveskog, M.; Tedre, M.; Islas Sedano, C.; Sutinen, E. (2012). "Life Planning by Digital Storytelling in a Primary School in Rural Tanzania". *Educational Technology y Society*, Vol. 15, No. 4, pp. 225-237.
- [8] Crane, B. (2008). "Digital storytelling changes the way we write stories". *Information searcher*, Vol. 18, No. 3, pp. 1-36.
- [9] Sandars, J.; Murray, C.; Pellow, A. (2008). "Twelve tips for using digital storytelling to promote reflective learning by medical students". *Medical teacher*, Vol. 30, pp. 774-777.
- [10] Brice, A.; Lambert, R. (2009). *Digital Storytelling*. Ed. Curriculum Corporation. Australia.
- [11] France, D.; Kelly, W. (2011). "How to Produce a Digital Story". *Journal of Geography in Higher Education*, Vol. 35, No. 4, pp. 617-623.
- [12] Churches, A. (2011). Taxonomia de Bloom Digital. Consultado el 20 de noviembre de 2014. Disponible en: <http://www.eduteka.org/pdfdir/TaxonomiaBloomDigital.pdf>
- [13] Curatolo, M. (2012). Liderazgo y Empresa - Liderazgo - Narrativa empresarial, liderazgo y cambio. Consultado el 10 de noviembre de 2014. Disponible en: <http://www.liderazgoyempresa.com/liderazgo/narrativa-empresarial-liderazgo-y-cambio>
- [14] Ledo, A. (2013). Inicio/Tutoriales/¿Qué es un tutorial?. Consultado el 10 de noviembre de 2014. Disponible en: <http://estutoriales.com/que-es-un-tutorial/>
- [15] Definicion.de. (2014). Definición / Educación General Tecnología / Definición de tutorial. Consultado el 25 de octubre de 2014. Disponible en: <http://definicion.de/tutorial/>
- [16] Zavala, D., 2010. El concepto de documental. Consultado el 22 de octubre de 2014. Disponible en: http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/zavala_c_d/capitulo3.pdf
- [17] Medya, P. A. (2014). home/novedades/¿qué es un video promocional?. Consultado el 25 de octubre de 2014. Disponible en: <http://medya-audiovisual.com/%C2%BFque-es-un-video-promocional/>
- [18] KM Solución. (2014). Nosotros: KM Solucion. Consultado el 15 de octubre de 2014. Disponible en: <http://www.kmsolucion.com/km41/index.php/nosotros-2>
- [19] Aja, H. (2013). Entrevista con el director de la empresa KM Solucion.
- [20] Perez-Soltero, Alonso; Aguayo-Salinas, Mirna Elia; Barceló Valenzuela, Mario; Sánchez Schmitz, Gerardo; Rodríguez Muñoz, José Vicente. (2014). "Narrativas Digitales para Gestionar el Conocimiento Tácito dentro de las Organizaciones: Una Propuesta Metodológica". *VII Simposio Internacional de Ingeniería Industrial: Actualidad y Nuevas Tendencias 2014*. Lima, Perú.