



BELÉN

CUÉNTAME UNA HISTORIA



PER SUZUKI PEREZ

Hay un lugar donde creatividad toma vida, donde una ilusión se transforma en un proyecto real. Buscar ese lugar es la pasión de Belén. Encontrarlo y convertirlo en una historia, la base de su trabajo. Licenciada en Filología Alemana, especializada en Innovación en Milán. Posee experiencia en la gestión de empresas de moda. En la actualidad, trabaja para proyectos de storytelling empresarial, aplicando a marcas y productos las tendencias emergentes en comunicación y diseño. Desde 2008 crea campañas para marcas, en realidad cuenta historias que generen empatía, visibilidad y sentido de pertenencia. Combina su trabajo con la docencia en la Universidad de Navarra.

AA: ¿Se ha perdido la capacidad de contar historias?

B: Estamos descubriendo el valor de contar una historia, los ingredientes que hacen falta para contar una buena historia y cómo contarlas es volver a comunicar. La publicidad con toda la avalancha de competencia había dejado de lado esta parte importante.

AA: ¿Cree que hay falta de historias o falta de creatividad para contarlas?

B: Creo que hay falta de vivir más. Las buenas historias están en todas partes solo hacen falta ojos que aprendan a verlas y a tratarlas con cariño y a dignificarlas. Hace falta personas que vivan más. Dejar que las cosas nos afecten, ser más vulnerables, sustituir el control por la confianza y permitir que nos pasen co-

sas y que los demás nos conozcan como somos. Experimentar con lo nuevo, si no lo hacemos ¿cómo vamos a crear cosas nuevas?

AA: Crear historias para marcas ¿aplica para todas?

B: Yo tengo una frase que dice que "todo el mundo tiene algo que contar". La pregunta que si aplica a todas las marcas, en principio si es una buena empresa con una marca consistente creo que si aplica. La responsabilidad o la misión del equipo que va a construir esa historia no es inventarla es descubrirla.

AA: ¿La creatividad tiene límites? ¿Se puede construir ideas geniales con bajo presupuesto?

B: Yo creo que el dinero puede hacer mucho, me parece que sería muy ingenuo pensar que solo con medios económicos se pueda hacer mucho. Pero también creo que con amor se puede lograr todo. La capacidad de lograr colaboración e interés a voces es lo único que se necesita más allá del dinero.

AA: ¿A quién cree que deberíamos agradecer con nuestras ideas creativas a nuestro jefe, al cliente, a los amigos o a nuestra madre?

B: A ninguno. Deberíamos agradecer a nosotros mismos. La primera persona que debe estar orgulloso de las historias que cuenta es uno mismo. Y si no nos gusta lo que se hace se deberían plantear en buscar otro camino. Después la madre, por supuesto.

PROYECTO

Es primera persona. Belén cuenta:

Me llamo Belén y recolecto estrellas.

Todo comenzó durante un viaje a Barcelona. Escudada entre el solido, encontré una pegatina en forma de estrella. Contesta por el inesperado hallazgo, saqué mi móvil y la fotografié. Tiempo después, preparando una clase de creatividad, aquella fotografía volvió a mi memoria:

"Quizá el talento sea como aquella estrella en el solido. Quizá lo difícil no sea encontrar nuestros talentos, sino aprender a buscarlos en la buena disociación. Al fin y al cabo, todo el mundo es bueno en algo..."

"Follow your own star" es un proyecto de creatividad multimedia que cuenta con una recopilación de historias, grabadas en la plataforma de storytelling Coahort. Historias grandes y pequeñas, organizadas en torno a siete grandes temas de la Economía Creativa.

Este proyecto es también una reivindicación de la vida más allá de la pantalla de nuestra computadora. ¿Por qué no salir de nuevo a las calles y permitir que la inspiración nos sorprenda?

Además, en "Follow your own star" recolectamos estrellas.

Vivir donde vivas, podrás subir al mapa de la web fotografías que contengan detalles de estrellas. Ya tenemos más de un centenar, y nuestro objetivo es crear, entre todos, la más bella colección de estrellas en Internet.

Como todos los experimentos, no sabemos de antemano dónde nos llevará esto. Pero, como una vez escribió William Henry: "No es tanto adónde vamos, sino cómo llegamos hasta allí. Se trata de hacer el viaje".

www.followyourownstar.org

FOLLOW YOUR OWN STAR

