



# GLOSARIO

**Módulo 1.**  
***Storytelling***

**Branding:** Proceso de construcción y posicionamiento de la marca en el mercado, donde el *storytelling* puede jugar un papel crucial al promover valores de identidad y confianza.

**Canal:** Medio a través del cual se transmite el mensaje, importante en la selección de la herramienta adecuada para el *storytelling*.

**Cerebro límbico:** Parte del cerebro que se asocia con la memoria afectiva y los sentimientos, clave en el impacto del *storytelling*.

**Comunicación escrita:** Forma de comunicación que es permanente, puede ser asincrónica y no siempre requiere respuesta. Es fundamental en la narrativa del *storytelling*.

**El viaje del héroe:** Técnica de *storytelling* donde la historia gira en torno a un héroe (o marca) que enfrenta desafíos para luego triunfar.

**Emisor:** En la comunicación, es la parte que transmite el mensaje, es decir, la empresa en el contexto de negocios.

**Método AIDAS:** Modelo de comunicación que incluye Atención, Interés, Deseo, Acción y Satisfacción, utilizado para mejorar la efectividad del *storytelling*.

**Narrativa:** Estructura y contenido de una historia, incluyendo elementos como el narrador, personajes, contexto, tiempo, trama y resolución.

**Personaje principal:** Elemento crucial en una historia de *storytelling*, representando a menudo al cliente o al producto en un contexto narrativo.

**Receptor:** Quien recibe el mensaje en la comunicación, generalmente el cliente o audiencia en el contexto de *storytelling*.

**Storytelling:** Técnica de comunicación que utiliza historias para transmitir mensajes de manera efectiva y emocional.

Tecmilenio no guarda relación alguna con las marcas mencionadas como ejemplo. Las marcas son propiedad de sus titulares conforme a la legislación aplicable, se utilizan con fines académicos y didácticos, por lo que no existen fines de lucro, relación publicitaria o de patrocinio.

La obra presentada es propiedad de ENSEÑANZA E INVESTIGACIÓN SUPERIOR A.C. (UNIVERSIDAD TECMILENIO), protegida por la Ley Federal de Derecho de Autor; la alteración o deformación de una obra, así como su reproducción, exhibición o ejecución pública sin el consentimiento de su autor y titular de los derechos correspondientes es constitutivo de un delito tipificado en la Ley Federal de Derechos de Autor, así como en las Leyes Internacionales de Derecho de Autor.

El uso de imágenes, fragmentos de videos, fragmentos de eventos culturales, programas y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, es exclusivamente para fines educativos e informativos, y cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por UNIVERSIDAD TECMILENIO.

Queda prohibido copiar, reproducir, distribuir, publicar, transmitir, difundir, o en cualquier modo explotar cualquier parte de esta obra sin la autorización previa por escrito de UNIVERSIDAD TECMILENIO. Sin embargo, usted podrá bajar material a su computadora personal para uso exclusivamente personal o educacional y no comercial limitado a una copia por página. No se podrá remover o alterar de la copia ninguna leyenda de Derechos de Autor o la que manifieste la autoría del material.