



Módulo 4. Diseño de una narrativa profesional final (proyecto integrador)

☰ 1. Diseño estratégico de la narrativa profesional

☰ 2. Producción, optimización y presentación final

☰ Referencias

1. Diseño estratégico de la narrativa profesional

A lo largo de los módulos anteriores analizamos el *storytelling* como herramienta estratégica aplicada al marketing, al liderazgo, a la comunicación basada en datos y a las presentaciones persuasivas. Estudiamos cómo se construye identidad narrativa, cómo se estructura un *pitch*, cómo se diseña una *keynote* y cómo se articulan *ethos*, *pathos*, *logos* y *kairos* en contextos profesionales. En este módulo integrador avanzamos hacia una instancia de síntesis aplicada: el diseño de una narrativa profesional final.

En el ejercicio profesional, las organizaciones, los emprendedores y los equipos de comunicación enfrentan situaciones que requieren articular de manera coherente identidad, datos, propuesta de valor y posicionamiento estratégico en un único dispositivo narrativo. Ya no se trata de aplicar herramientas aisladas, sino de integrarlas dentro de un proyecto narrativo completo, alineado con objetivos concretos y contextos reales.

El diseño estratégico de una narrativa profesional implica definir con precisión el problema comunicacional, identificar audiencias prioritarias, establecer propósitos medibles y seleccionar el formato más adecuado para alcanzar dichos objetivos. Este proceso demanda una mirada sistémica que articule diagnóstico, arquitectura narrativa y criterios de evaluación.

En esta unidad abordaremos los fundamentos metodológicos para planificar un proyecto narrativo integral. Analizaremos cómo delimitar el problema narrativo y cómo construir una arquitectura coherente que integre personaje, conflicto, transformación y mensaje central, incorporando identidad de marca, evidencia y propuesta de valor. Desde una perspectiva profesional, este proceso permite transformar conocimientos conceptuales en una pieza narrativa estratégica, aplicable y evaluable en entornos reales.

Definición del problema narrativo y objetivos estratégicos

El diseño de una narrativa profesional final comienza con una operación diagnóstica. Antes de definir personajes, conflictos o formatos, resulta necesario delimitar con precisión el problema narrativo que se desea resolver. En el ámbito profesional, narrar no constituye un ejercicio expresivo espontáneo, sino una

intervención estratégica orientada a producir posicionamiento, comprensión o decisión.

Desde la perspectiva de la narrativa profesional, la construcción de sentido parte de la experiencia situada y de su articulación reflexiva . Esto implica reconocer que toda narrativa se inscribe en un contexto específico, responde a una necesidad concreta y se orienta hacia una audiencia determinada. El problema narrativo emerge cuando existe una brecha entre la identidad profesional que se desea proyectar y la percepción actual del entorno.

Identificación de audiencia, contexto y propósito

El primer paso consiste en responder tres preguntas estructurantes:

- **¿Quién es la audiencia prioritaria?**
- **¿En qué contexto se inscribe la comunicación?**
- **¿Qué transformación se busca producir?**

La audiencia define el nivel de profundidad conceptual, el registro discursivo y el tipo de evidencia requerida. El contexto determina restricciones temporales, culturales e institucionales. El propósito orienta la arquitectura general del relato.

En términos de narrativa profesional, posicionar implica estructurar el discurso como sistema coherente, no como piezas aisladas. Por ello, la identificación del propósito estratégico antecede a la selección del formato. Un proyecto narrativo puede orientarse a:

- Posicionamiento profesional.
- Validación de propuesta de valor.
- Presentación de proyecto.
- Consolidación de identidad de marca.
- Transformación cultural interna.

Tabla 1. Matriz de diagnóstico del problema narrativo

Dimensión	Pregunta clave	Resultado esperado
------------------	-----------------------	---------------------------

Audiencia	¿A quién se dirige la narrativa?	Perfil definido y segmentado
Contexto	¿En qué entorno circula el relato?	Condiciones y restricciones claras
Propósito	¿Qué decisión o percepción se busca modificar?	Objetivo estratégico formulado
Brecha narrativa	¿Qué distancia existe entre situación actual y deseada?	Problema narrativo delimitado

Fuente: Elaboración propia con base en Silva y Lesina (2025).

La tabla sistematiza el proceso diagnóstico y permite transformar una intención general en un problema narrativo operativo. En contextos profesionales, esta matriz facilita evitar relatos dispersos o desconectados del objetivo estratégico.

Formulación de objetivos estratégicos narrativos

Una vez delimitado el problema, se procede a formular objetivos narrativos específicos. Estos deben ser:

- Claros.
- Medibles en términos de percepción o decisión.
- Coherentes con la identidad profesional.
- Alcanzables dentro del formato seleccionado.

La experiencia organizacional demuestra que el *storytelling* influye en el compromiso, la percepción de liderazgo y la cohesión interna. Sin embargo, estos efectos se producen cuando el objetivo narrativo está explícitamente formulado.

En el diseño del proyecto integrador, los objetivos pueden clasificarse en tres niveles:

1. **Objetivo cognitivo:** qué debe comprender la audiencia.
2. **Objetivo emocional:** qué debe sentir.
3. **Objetivo conductual:** qué acción debe realizar.

Esta clasificación articula dimensiones racionales y simbólicas, integrando lógica y emoción dentro de un mismo dispositivo narrativo.

Selección del formato narrativo adecuado

El formato narrativo se define en función del problema y del objetivo. Puede adoptar diversas configuraciones:

- *Pitch* estratégico.
- Presentación institucional.
- Narrativa de marca personal.
- Documento audiovisual.
- Relato de transformación organizacional.

La lógica del prototipado aporta un criterio metodológico relevante: antes de consolidar una versión final, resulta conveniente validar la coherencia entre formato y objetivo . El prototipo narrativo permite evaluar claridad, pertinencia y recepción preliminar.

Figura 1. Secuencia de definición estratégica



Fuente: Elaboración propia.

La figura integra diagnóstico, planificación y validación en una secuencia coherente. Desde una perspectiva profesional, esta lógica evita la improvisación narrativa y consolida un proyecto integrador con fundamentos estratégicos claros.

Definición estratégica del problema narrativo: criterios para evitar soluciones creativas desconectadas de la estrategia

Definir correctamente el problema narrativo implica traducir una intención comunicacional general en una brecha estratégica concreta. En entornos profesionales, la dificultad no radica en generar ideas creativas, sino en garantizar que dichas ideas respondan a un objetivo organizacional o de posicionamiento claramente formulado.

El problema narrativo se define como la distancia entre la percepción actual de la audiencia y la percepción, decisión o acción que se desea alcanzar. Esta brecha debe formularse en términos verificables y situados, considerando audiencia, contexto y propósito. Desde la perspectiva de la narrativa profesional, la experiencia adquiere sentido cuando se articula de manera reflexiva y contextualizada. Esta articulación impide que el relato se convierta en una sucesión de anécdotas sin orientación estratégica.

Para evitar soluciones creativas desconectadas, el proceso debe seguir **tres criterios** metodológicos:

1. **Delimitación precisa de la brecha narrativa.**
2. **Formulación explícita de objetivos estratégicos.**
3. **Verificación de coherencia entre formato y propósito.**

En la práctica profesional, muchas propuestas narrativas fracasan porque comienzan por el formato —por ejemplo, decidir realizar un *pitch* o un video inspiracional— antes de clarificar el problema que se busca resolver. La lógica del prototipado aporta una herramienta relevante: validar hipótesis antes de consolidar la versión final. Aplicado a la narrativa, esto implica testear si el relato responde efectivamente al objetivo estratégico definido.

La siguiente tabla permite transformar la creatividad en herramienta estratégica. La creatividad adquiere dirección cuando responde a un problema claramente formulado.

Tabla 2. Criterios para formular el problema narrativo estratégico

Criterio	Pregunta	Resultado
-----------------	-----------------	------------------

	orientadora	esperado
Claridad estratégica	¿Qué situación actual se desea transformar?	Brecha definida con precisión
Enfoque en audiencia	¿Qué percepción concreta debe modificarse?	Cambio perceptual delimitado
Alineación organizacional	¿Cómo contribuye el relato al objetivo institucional o profesional?	Coherencia estratégica
Validación preliminar	¿El formato elegido facilita el logro del objetivo?	Ajuste entre medio y fin

Fuente: Elaboración propia con base en Bello.

Figura 2. Secuencia de formulación del problema narrativo



Fuente: Elaboración propia.

Este procedimiento convierte la narrativa en instrumento de diseño estratégico. En lugar de producir soluciones creativas autónomas, el proyecto narrativo se construye como respuesta deliberada a una necesidad profesional identificada.

Desde esta perspectiva, definir correctamente el problema narrativo constituye la primera garantía de coherencia, impacto y aplicabilidad del proyecto integrador.

Construcción de la arquitectura narrativa

Una vez delimitado el problema narrativo y formulados los objetivos estratégicos, el siguiente paso consiste en **diseñar la arquitectura del relato**. La arquitectura narrativa organiza los componentes estructurales que permitirán traducir la estrategia en experiencia significativa para la audiencia.

En el proyecto integrador, esta etapa implica articular personaje, conflicto, transformación y mensaje central dentro de una estructura coherente. La narrativa profesional no se reduce a contar experiencias; supone construir un sistema de sentido que conecte identidad, propuesta de valor y evidencia.

Personaje, conflicto, transformación y mensaje central

Toda narrativa estratégica se organiza en torno a un eje transformacional. Incluso en contextos corporativos o profesionales, el relato adquiere fuerza cuando presenta:

- Un personaje situado.
- Un conflicto o tensión identificable.
- Un proceso de transformación.

- Un mensaje central alineado con la propuesta de valor.

Desde la perspectiva de la narrativa profesional, la experiencia se convierte en conocimiento cuando se articula reflexivamente y se comunica como historia situada. Esto implica que el personaje puede ser una persona, un equipo, una organización o incluso una comunidad profesional.

El conflicto no se limita a una dificultad dramática; puede expresarse como desafío de mercado, brecha de posicionamiento, necesidad de innovación o problema cultural interno. La transformación representa el proceso mediante el cual esa tensión encuentra resolución estratégica.

La siguiente tabla permite operacionalizar la narrativa como estructura aplicable. En el diseño del proyecto final, estos componentes deben aparecer de manera integrada, evitando fragmentaciones o repeticiones.

Tabla 3. Componentes estructurales de la arquitectura narrativa profesional

Componente	Función estratégica	Aplicación en proyecto integrador
-------------------	----------------------------	--

Personaje	Generar identificación	Profesional, marca o equipo
Conflicto	Introducir tensión estratégica	Problema de posicionamiento o mercado
Transformación	Mostrar evolución	Cambio medible o logro alcanzado
Mensaje central	Sintetizar sentido	Propuesta de valor articulada

Fuente: Elaboración propia con base en Silva y Vorecol.

Integración de identidad de marca, datos y propuesta de valor

La arquitectura narrativa adquiere consistencia cuando incorpora evidencia. La identidad profesional se construye no solo a partir de historias, sino también mediante datos, resultados y validaciones concretas.

En entornos organizacionales, el *storytelling* fortalece compromiso y cohesión cuando conecta experiencia con

propósito institucional. Por ello, el proyecto integrador debe articular:

- Identidad narrativa.
- Evidencia empírica.
- Propuesta de valor diferenciada.

La integración de datos dentro de la narrativa no interrumpe el flujo del relato; lo fortalece al aportar legitimidad y claridad.

Esta articulación evita que la narrativa se perciba como discurso abstracto o puramente testimonial.

La integración estructural del proyecto narrativo se organiza como una **secuencia estratégica** que comienza con la identificación del problema estratégico, continúa con la delimitación del personaje situado en su contexto profesional y

avanza hacia la definición de un conflicto alineado con la brecha previamente diagnosticada.

A partir de allí, la transformación se presenta sustentada en evidencia verificable, articulando datos, resultados o validaciones concretas. Esta evolución culmina en un mensaje central sintetizado en una propuesta de valor clara, finalizando con un cierre orientado a la aplicabilidad profesional. Esta secuencia permite verificar coherencia interna, alineación con los objetivos estratégicos y claridad de impacto en la audiencia.

A modo de síntesis, sería así:

- 1 Problema estratégico identificado.
- 2 Personaje situado en contexto profesional.
- 3 Conflicto alineado con brecha estratégica.
- 4 Transformación sustentada en evidencia.
- 5 Mensaje central sintetizado en propuesta de valor.
- 6 Cierre orientado a aplicabilidad profesional.

Coherencia estructural y consistencia narrativa

La arquitectura narrativa debe evaluarse desde tres criterios:

- Coherencia interna.
- Alineación con objetivos estratégicos.
- Pertinencia respecto de la audiencia.

El proyecto integrador constituye una instancia de síntesis. En él convergen los aprendizajes de los módulos anteriores: diagnóstico estratégico, estructura narrativa, persuasión y performance. La arquitectura diseñada debe reflejar esta integración metodológica.

En términos profesionales, una narrativa bien construida no solo comunica; posiciona, legitima y orienta decisiones. La arquitectura narrativa traduce estrategia en experiencia significativa.

Desalineación entre conflicto narrativo y propósito estratégico

Cuando el conflicto narrativo no se encuentra claramente vinculado con el propósito estratégico, la narrativa pierde dirección y coherencia. El conflicto constituye el eje organizador

del relato: articula la tensión, justifica la transformación y sostiene el mensaje central. Si este elemento no responde al objetivo estratégico previamente definido, el proyecto narrativo se fragmenta.

En términos metodológicos, el conflicto debe expresar la brecha estratégica identificada en el diagnóstico inicial. Cuando esta correspondencia no existe, se producen tres efectos principales:

1. **Pérdida de foco estratégico.**

El relato puede resultar atractivo desde el punto de vista creativo, pero no contribuye a modificar la percepción, decisión o posicionamiento que motivó su diseño. La historia se convierte en un ejercicio expresivo sin impacto estratégico.

2. **Desarticulación entre mensaje y propuesta de valor.**

Si el conflicto no está alineado con la brecha real, la transformación presentada no resuelve el problema relevante para la audiencia. Como consecuencia, el mensaje central pierde pertinencia y la propuesta de valor se percibe forzada o desconectada.

3. **Debilitamiento de credibilidad.**

En entornos profesionales, la audiencia evalúa la coherencia entre diagnóstico, conflicto y solución. Cuando el conflicto parece artificial o irrelevante, la narrativa pierde legitimidad.

La construcción de identidad profesional exige consistencia entre relato y propósito.

Desde la perspectiva de la evaluación de prototipos, toda solución debe responder a una necesidad claramente definida. Aplicado al diseño narrativo, esto implica que el conflicto debe formularse como manifestación directa del problema estratégico delimitado en la fase diagnóstica.

Tabla 4. Consecuencias de la desalineación narrativa

Dimensión afectada	Manifestación	Impacto profesional
Coherencia	Conflicto irrelevante	Relato disperso
Pertinencia	Transformación no resuelve problema real	Baja aplicabilidad
Credibilidad	Tensión percibida como artificial	Debilitamiento del <i>ethos</i>

Impacto	Mensaje sin dirección estratégica	Escasa movilización
---------	-----------------------------------	---------------------

Fuente: Elaboración propia.

En el proyecto integrador, verificar la alineación entre conflicto y propósito constituye un criterio central de evaluación. El conflicto debe funcionar como traducción narrativa del problema estratégico. Cuando esta relación se mantiene clara, la transformación adquiere sentido, el mensaje central se consolida y la narrativa cumple su función profesional.

CONTINUAR

2. Producción, optimización y presentación final

En la unidad anterior abordamos el diseño estratégico de la narrativa profesional, delimitando problema, objetivos y arquitectura estructural. Definimos personaje, conflicto, transformación y mensaje central como componentes integrados en un proyecto narrativo coherente. En esta segunda unidad avanzamos hacia la dimensión operativa del proyecto integrador: su producción, validación y defensa profesional.

En entornos contemporáneos, el diseño narrativo no culmina con la estructuración conceptual. La narrativa profesional requiere iteración, ajuste y evaluación. La lógica del prototipado, desarrollada en el ámbito de la innovación y el diseño estratégico, ofrece un marco metodológico pertinente para optimizar el relato antes de su versión final (Bello, 2023). Del mismo modo, la evaluación estructurada de prototipos permite sistematizar criterios de mejora y validación.

Asimismo, la narrativa profesional constituye un dispositivo de posicionamiento identitario. La coherencia entre relato,

experiencia y propuesta de valor influye directamente en la percepción del entorno profesional (Lesina, 2025.). En este sentido, la fase de producción y optimización no solo ajusta forma y contenido, sino que consolida identidad estratégica.

En esta unidad abordaremos el uso del prototipado narrativo, la validación con audiencia piloto y los criterios de mejora iterativa. Posteriormente, desarrollaremos la argumentación estratégica necesaria para presentar y defender el proyecto final, evaluando coherencia, impacto y aplicabilidad profesional.

Prototipado, testeo y mejora narrativa

El proyecto narrativo profesional no se consolida en su primera versión. En contextos de innovación y diseño estratégico, el prototipado constituye una práctica orientada a reducir incertidumbre, validar hipótesis y optimizar soluciones antes de su implementación definitiva (Bello, 2023). Aplicado al storytelling estratégico, el prototipado permite transformar la narrativa en un objeto evaluable y ajustable.

Desde esta perspectiva, la narrativa profesional puede concebirse como un prototipo comunicacional. Su versión preliminar no busca perfección estética, sino claridad estructural y coherencia

estratégica. El objetivo consiste en verificar si el relato cumple con los propósitos definidos en la fase diagnóstica.

Prototipado narrativo como herramienta estratégica

El prototipado implica construir una versión preliminar del proyecto narrativo que permita identificar fortalezas, inconsistencias y oportunidades de mejora. En el ámbito de la innovación, el prototipo cumple funciones de experimentación y validación antes de la producción final.

En el caso del proyecto integrador, el prototipo puede adoptar diversas formas:

- Guion preliminar del relato.
- Versión simplificada del *pitch*.
- *Storyboard* narrativo.
- Documento estructurado con arquitectura definida.

El foco del prototipado no reside en el diseño visual acabado, sino en la consistencia estratégica. La evaluación temprana permite detectar si el conflicto está claramente vinculado al propósito, si la transformación resulta verificable y si el mensaje central sintetiza adecuadamente la propuesta de valor.

A continuación, se expone una tabla que permite observar que el prototipado no constituye una etapa opcional, sino una instancia metodológica que incrementa la calidad estratégica del proyecto final.

Tabla 5. Funciones del prototipado narrativo

Función	Aplicación en proyecto narrativo	Resultado esperado
Experimentación	Probar distintas estructuras narrativas	Identificación de versión más coherente
Validación	Evaluar claridad y pertinencia	Ajuste estratégico
Reducción de riesgo	Detectar incoherencias antes de presentación final	Mejora preventiva
Optimización	Refinar mensaje	Mayor impacto

	central	
--	---------	--

Fuente: Elaboración propia con base en Bello (2023).

Uso de IA generativa para ideación y refinamiento

Las herramientas de inteligencia artificial generativa pueden integrarse como apoyo en la fase de ideación y mejora. Su utilización permite explorar alternativas de formulación, reorganizar estructuras narrativas o generar variantes del mensaje central. No obstante, la coherencia estratégica continúa dependiendo del criterio profesional del diseñador narrativo.

La IA puede utilizarse para:

- Reformular el conflicto desde distintos enfoques.
- Sintetizar el mensaje central.
- Simular preguntas críticas de audiencia.
- Generar variaciones de cierre.

En este proceso, la narrativa mantiene su fundamento estratégico previamente definido. La tecnología amplifica posibilidades creativas, pero la decisión final se basa en alineación con objetivos y coherencia estructural.

Validación con audiencia piloto y ajuste estratégico

La validación constituye el paso siguiente al prototipado. Implica exponer la versión preliminar a una audiencia piloto representativa y recopilar retroalimentación estructurada. Según la metodología de evaluación de prototipos, el testeo permite medir claridad, utilidad y coherencia antes de la implementación definitiva.

La validación puede centrarse en:

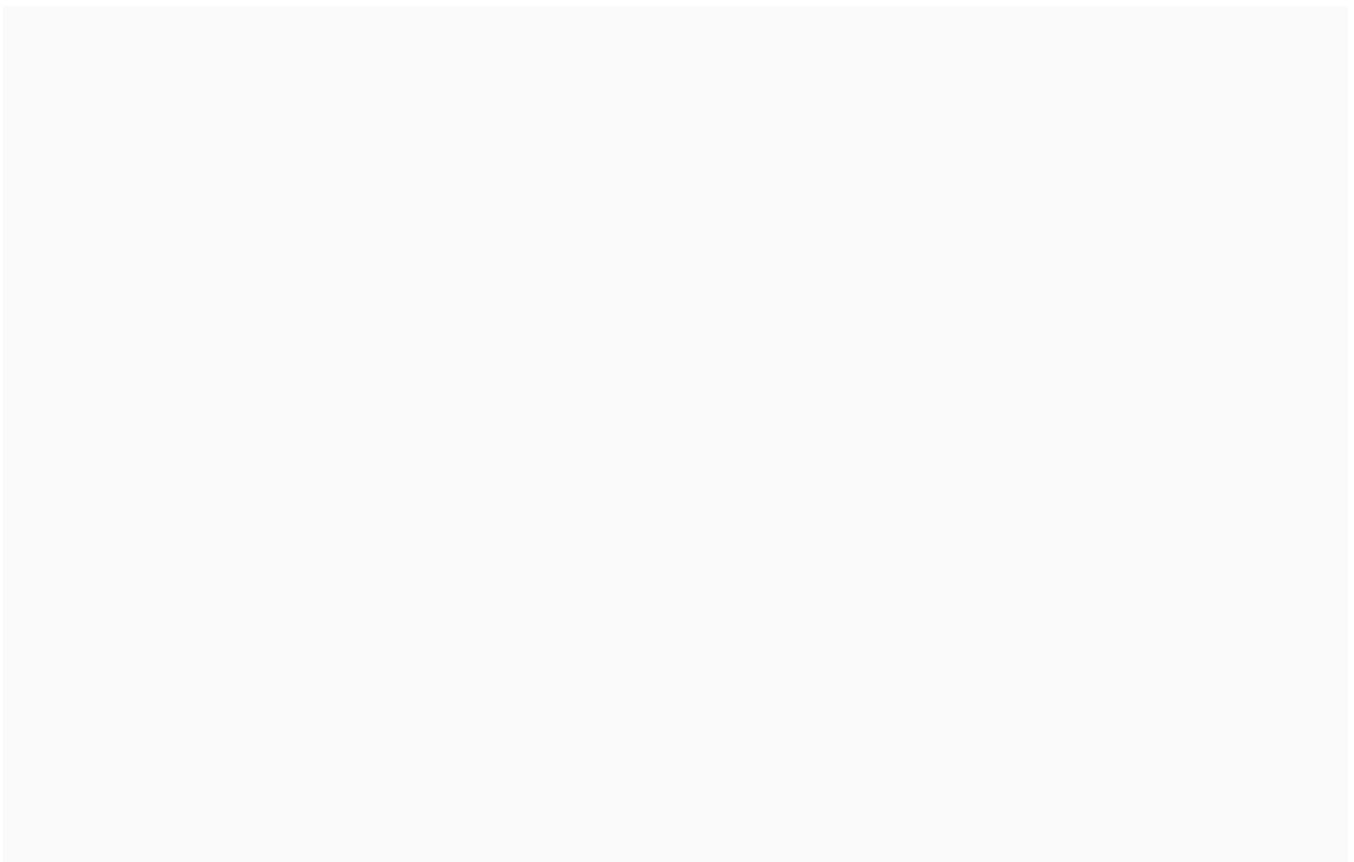
- Comprensión del mensaje.
- Pertinencia del conflicto.
- Claridad de la transformación.
- Recordación del mensaje central.

- Percepción de credibilidad.

La retroalimentación no implica modificar la identidad estratégica del proyecto, sino optimizar su expresión. El proceso iterativo fortalece coherencia y aplicabilidad profesional.

La siguiente figura organiza la mejora narrativa como proceso iterativo. En el proyecto integrador, esta lógica permite consolidar una pieza final con mayor solidez estratégica y menor margen de incoherencia.

Figura 3. Ciclo de mejora narrativa





Fuente: Elaboración propia con base en Bello (2023).

Presentación y defensa del proyecto narrativo

La instancia de presentación y defensa del proyecto narrativo constituye el momento de validación pública del diseño estratégico. En esta fase, el profesional no solo expone una historia, sino que argumenta las decisiones metodológicas que la sustentan. La defensa exige demostrar coherencia entre

diagnóstico, arquitectura narrativa, proceso de optimización y resultado final.

Desde la perspectiva del posicionamiento profesional, la narrativa no se limita a comunicar una experiencia, sino que construye identidad y credibilidad (Lesina, 2025). En consecuencia, la presentación final debe evidenciar dominio conceptual, claridad estratégica y capacidad de justificar cada elección estructural.

Asimismo, la lógica de evaluación de prototipos aporta criterios relevantes para esta instancia: toda propuesta debe poder explicitar su problema de origen, sus objetivos, el proceso de mejora y su impacto esperado. Aplicado al proyecto narrativo, esto implica defender tanto el contenido como el proceso.

Argumentación estratégica del diseño narrativo

La defensa del proyecto debe estructurarse en torno a cuatro ejes argumentativos:

1. Problema narrativo claramente delimitado.
2. Objetivos estratégicos formulados con precisión.
3. Arquitectura narrativa coherente y justificada.
4. Evidencia de validación y mejora iterativa.

El profesional debe explicar por qué seleccionó determinado personaje, por qué el conflicto representa la brecha estratégica y cómo la transformación propuesta responde al propósito definido. La defensa no consiste en repetir el relato, sino en explicitar su lógica interna.

Tabla 6. Componentes de la defensa estratégica del proyecto narrativo

Componente evaluado	Pregunta orientadora	Evidencia requerida
Diagnóstico	¿Qué problema narrativo se identificó?	Brecha claramente formulada
Objetivos	¿Qué transformación se buscó producir?	Objetivos cognitivos, emocionales y conductuales
Arquitectura	¿Cómo se estructuró el relato?	Justificación de personaje, conflicto y mensaje

Validación	¿Cómo se optimizó el proyecto?	Evidencia de testeo y ajustes realizados
------------	--------------------------------	--

Fuente: Elaboración propia.

La tabla organiza la defensa como proceso argumentativo estructurado. Su aplicación permite anticipar preguntas y consolidar claridad expositiva.

Evaluación de coherencia, impacto y aplicabilidad profesional

La calidad del proyecto narrativo final se mide a partir de tres criterios integrados:

- Coherencia interna.
- Impacto comunicacional.
- Aplicabilidad profesional.

La coherencia se refiere a la alineación entre problema, conflicto, transformación y mensaje central. El impacto evalúa la capacidad del relato para modificar percepción o movilizar acción. La aplicabilidad profesional analiza si la narrativa puede implementarse en un contexto real y generar valor estratégico.

Desde la perspectiva de la narrativa profesional, el relato adquiere legitimidad cuando integra experiencia, reflexión y propósito (Silva, s. f.) . La defensa final debe evidenciar esta integración, mostrando que el proyecto no es únicamente creativo, sino estratégicamente fundamentado.

A continuación, se expone una tabla que permite sistematizar la evaluación del proyecto integrador, articulando dimensión conceptual y operativa. En esta instancia, la narrativa se presenta como síntesis de los aprendizajes del recorrido formativo completo.

Tabla 7. Criterios de evaluación del proyecto narrativo final

Criterio	Indicadores de calidad	Resultado esperado
Coherencia	Alineación entre diagnóstico y relato	Consistencia estructural
Impacto	Claridad del mensaje central y transformación	Capacidad de movilización

Aplicabilidad	Viabilidad en contexto profesional real	Implementación posible
Credibilidad	Integración de evidencia y datos	Fortalecimiento del <i>ethos</i>

Fuente: Elaboración propia con base en Silva (s. f.).

La presentación y defensa final constituyen, por tanto, un ejercicio de integración profesional. El proyecto narrativo demuestra capacidad diagnóstica, estructural, persuasiva y metodológica, consolidando una narrativa estratégicamente fundamentada y aplicable.

Justificación estratégica de decisiones narrativas ante audiencias críticas o técnicas

Justificar estratégicamente una decisión narrativa frente a una audiencia crítica o técnica implica desplazar el foco desde la creatividad hacia la fundamentación metodológica. En estos contextos, la legitimidad del relato no depende de su capacidad expresiva, sino de la coherencia entre diagnóstico, objetivos y arquitectura narrativa.

Una audiencia técnica evalúa consistencia lógica, alineación con propósito y trazabilidad entre problema identificado y solución propuesta. Por ello, la justificación debe comenzar explicitando el problema estratégico que dio origen al diseño narrativo. Cada decisión —elección del personaje, formulación del conflicto, selección del formato o integración de datos— debe presentarse como respuesta directa a esa brecha inicial.

Asimismo, resulta pertinente explicar los criterios utilizados en la fase de validación. Incorporar referencias al proceso de prototipado, testeo con audiencia piloto y ajustes realizados fortalece la percepción de rigurosidad metodológica. Esta trazabilidad demuestra que el relato no surge de una intuición aislada, sino de un proceso deliberado de optimización estratégica.

La dimensión argumentativa también exige integrar evidencia. Cuando la narrativa incorpora datos, resultados verificables o fundamentos conceptuales, consolida su credibilidad ante públicos especializados. En términos de identidad profesional, la coherencia entre experiencia narrada y propuesta de valor fortalece el posicionamiento (Lesina, 2025).

En síntesis, justificar estratégicamente una decisión narrativa implica demostrar que cada componente del relato responde a un objetivo previamente definido, fue validado mediante criterios

explícitos y contribuye de manera concreta a la aplicabilidad profesional del proyecto. La narrativa se defiende no por su originalidad, sino por su coherencia, pertinencia y fundamentación estratégica.

CONTINUAR

Referencias

Bello, E. (2023). ¿Qué es el prototipado y cómo prototipar un producto? <https://www.iebschool.com/hub/que-es-el-prototipado-digital-business/>

Lesina, A. (2025.). *Del saber al narrar: Cómo construir tu narrativa profesional en LinkedIn.* <https://www.linkedin.com/pulse/del-saber-al-narrar-c%C3%B3mo-construir-tu-narrativa-en-linkedin-lesina-ck83f/> Metodología de Evaluación de Prototipo

Silva, D. (s. f.). *Narrativa profesional: herramientas para reflexionar, enseñar y aprender.* https://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/asele/pdf/26/26_0943.pdf

Vorecol. (s. f.). *Cómo la narrativa y el storytelling pueden transformar el desarrollo profesional y fomentar un mejor ambiente laboral.* <https://blogs-es.vorecol.com/articulo-como-la-narrativa-y-el-storytelling-pueden-transformar-el-desarrollo-profesional-y-fomentar-un-mejor-ambiente-laboral-195699>

Andreia Artíficie, J

Castro, H.

Universidad Distrital Francisco

José de Caldas

CONTINUAR