

*¡Atención! Este material didáctico es para uso personal del alumnado y está protegido por derechos de autor. Queda terminantemente prohibida su reproducción o reutilización, incluso parcial, de acuerdo con la legislación sobre derechos de autor. (L. 22.04.1941/nº 633).*

*Este documento refleja únicamente la opinión del autor. La Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información que contiene.*

# Índice

<b>1. Crear una historia .....</b>	<b>3</b>
<b>1.1 La creación de la historia .....</b>	<b>3</b>
<b>1.2 La Rueda de las Emociones de Robert Plutchik's.....</b>	<b>6</b>
<b>2. La construcción de una historia .....</b>	<b>10</b>
<b>2.1 Estructura: Puente antes-después .....</b>	<b>12</b>
<b>3. CONSEJOS PARA CREAR UN STORYTELLING .....</b>	<b>14</b>

*¡Atención! Este material didáctico es para uso personal del alumnado y está protegido por derechos de autor. Queda terminantemente prohibida su reproducción o reutilización, incluso parcial, de acuerdo con la legislación sobre derechos de autor. (L. 22.04.1941/nº 633).*

*Este documento refleja únicamente la opinión del autor. La Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información que contiene.*

# 1. Crear una historia

## 1.1 La creación de la historia

Las historias tienen rasgos y elementos que nos permiten reconocerlas.

Tienen una fisonomía que transmite **tonos emocionales precisos**.

Hay varios tipos de historias que se pueden utilizar en la storytelling, en función del contexto, los objetivos y el público al que van dirigidas.

He aquí algunos de los tipos de historias más comunes:

1. **Historias personales:** se basan en la experiencia personal del narrador o de otros personajes. Pueden utilizarse para crear empatía, compartir problemas o retos personales y demostrar cómo se ha superado un obstáculo o alcanzado una meta.
2. **Historias de éxito:** cuentan la historia de cómo un individuo o una empresa alcanzaron el éxito. Suelen utilizarse en marketing para demostrar los resultados positivos logrados por un producto o servicio.
3. **Historias de origen:** relatan y hablan sobre las raíces y el origen de una marca, empresa u organización. A menudo revelan la inspiración detrás de la creación de la empresa y los valores fundamentales por los que se rige.
4. **Historias de clientes:** implican a clientes o usuarios que han tenido una experiencia positiva con un producto o servicio. Pueden demostrar la utilidad del producto e influir en la compra o fidelización.
5. **Historias de marca:** se centran en el desarrollo de la marca, sus valores y su misión. Pueden ayudar a crear una conexión emocional con la clientela y consolidar la identidad de la marca.

*¡Atención! Este material didáctico es para uso personal del alumnado y está protegido por derechos de autor. Queda terminantemente prohibida su reproducción o reutilización, incluso parcial, de acuerdo con la legislación sobre derechos de autor. (L. 22.04.1941/nº 633).*

*Este documento refleja únicamente la opinión del autor. La Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información que contiene.*

6. **Historias culturales o históricas:** se basan en acontecimientos o aspectos culturales o históricos significativos. Pueden utilizarse para educar, inspirar o concienciar sobre determinados temas.
7. **Historias de transformación:** cuentan cómo un personaje u organización ha experimentado una transformación o cambio significativo a lo largo del tiempo. Pueden hacer hincapié en el crecimiento, la mejora o la adaptación.
8. **Historias de humor:** están pensadas para hacer reír al público. El humor puede ser una poderosa herramienta para atraer a la gente y hacer que recuerden el mensaje más fácilmente.
9. **Historias de suspense:** crean suspense o misterio, manteniendo a la audiencia expectante por saber qué va a ocurrir. Suelen utilizarse para captar la atención y estimular la curiosidad. Son similares a las **historias de balancín** en las que se alternan la derrota y la venganza.  
  
Suele haber un problema que resolver y la propia búsqueda de la solución genera **suspense**.
10. **Historias de conflicto y resolución:** presentan un conflicto o un reto que hay que superar. El camino hacia la resolución del conflicto puede inspirar al público.
11. **Historias de inspiración:** narran historias de coraje, resistencia y éxito frente a la adversidad. Están diseñadas para inspirar a la audiencia y motivarla a perseguir sus objetivos.
12. **Historias educativas:** se utilizan para enseñar o informar al público sobre un tema o concepto concreto. Pueden hacer más accesibles temas complejos.
13. **Historias sorpresa:** presentan un crecimiento constante: una tras otra se afrontan dificultades, que son superadas por el protagonista. Transmiten la sensación de **asombro**.
14. **Historias de plenitud:** hay una violenta caída inicial de la que, afrontando dificultades, uno se levanta más consciente y fuerte que antes. Transmiten el sentimiento de **felicidad**.

*¡Atención! Este material didáctico es para uso personal del alumnado y está protegido por derechos de autor. Queda terminantemente prohibida su reproducción o reutilización, incluso parcial, de acuerdo con la legislación sobre derechos de autor. (L. 22.04.1941/nº 633).*

*Este documento refleja únicamente la opinión del autor. La Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información que contiene.*

Los tipos de historias utilizados dependerán del objetivo de la comunicación y del público destinatario. La clave de una narración eficaz es seleccionar el tipo de historia que mejor se adapte a la situación y contarla de forma atractiva y auténtica.

**En todas las historias hay siempre un hilo conductor.**

El hilo conductor en la narración es el tema o mensaje central que conecta y da coherencia a todos los elementos de la historia. El hilo conductor es lo que conecta al narrador con el público, transmitiendo un significado profundo o un objetivo específico. Es el corazón de la narración y guía al público por el camino de la historia.

Estas son algunas de las características clave del hilo conductor de la narración:

1. **Tema o mensaje:** el hilo conductor suele ser un tema o mensaje central que el autor o narrador desea transmitir a la audiencia. Este tema puede estar relacionado con la importancia de valores como la esperanza, la resiliencia, la amistad, la justicia, la libertad o cualquier otro concepto relevante para la historia.
2. **Coherencia:** el hilo conductor ayuda a mantener la coherencia de la historia. Cada parte de la narración, desde los personajes hasta los acontecimientos, debe estar alineada con el hilo central para evitar confusiones o desconexiones en la historia.
3. **Conectividad:** el hilo conductor sirve para conectar los diferentes aspectos de la historia de forma lógica y significativa. Esta conexión ayuda al público a seguir y comprender mejor el sentido y la dirección de la narración.
4. **Implicación emocional:** el hilo conductor suele basarse en la implicación emocional del público. La historia debe hacer que el público se sienta parte del relato y hacerle experimentar las emociones de los personajes.
5. **Objetivo:** el hilo conductor también puede representar el objetivo de la historia, por ejemplo, persuadir al público para que haga algo, inspirar una reacción emocional o enseñar una lección.

*¡Atención! Este material didáctico es para uso personal del alumnado y está protegido por derechos de autor. Queda terminantemente prohibida su reproducción o reutilización, incluso parcial, de acuerdo con la legislación sobre derechos de autor. (L. 22.04.1941/nº 633).*

*Este documento refleja únicamente la opinión del autor. La Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información que contiene.*

6. **Resolución o evolución:** el hilo conductor también puede reflejar la resolución de un conflicto o la evolución de los personajes o de la situación. Esto añade profundidad a la historia.

En resumen, el hilo conductor desempeña un papel crucial en la narración, ya que proporciona un punto de referencia para el público y garantiza que la historia sea coherente y tenga sentido. Es el «por qué» de la historia lo que la convierte en una experiencia significativa y memorable para el oyente o el lector.

El tema central, los personajes y la trama actúan conjuntamente para crear un hilo conductor que da sentido y rumbo a la historia. Cada historia tendrá su propio tema, personajes y argumento, pero estos elementos centrales ayudan a crear una narración coherente y atractiva.

Es crucial integrar otros tres elementos de igual importancia a los ya mencionados, que son:

- **CONTEXTO:** juega un papel fundamental, perfilando siempre una situación inicial que puede ser positiva o negativa, normal o extraordinaria, definida con precisión.
- **PROBLEMA/SOLUCIÓN:** acontecimiento excepcional, trauma o problema que hay que afrontar, dando lugar a una situación de enfrentamiento con enemigos y obstáculos.
- **RESULTADO:** la conclusión de la hazaña. El cambio.

## 1.2 La Rueda de las Emociones de Robert Plutchik's

Una historia está impulsada por las intenciones que hay detrás y dentro del relato.

Dependiendo de la intención, se eligen diferentes matices emocionales.

Pero, ¿cuáles pueden ser esos matices emocionales?

*¡Atención! Este material didáctico es para uso personal del alumnado y está protegido por derechos de autor. Queda terminantemente prohibida su reproducción o reutilización, incluso parcial, de acuerdo con la legislación sobre derechos de autor. (L. 22.04.1941/nº 633).*

*Este documento refleja únicamente la opinión del autor. La Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información que contiene.*

## Valentina Coletta – Storytelling – Crear una historia

Para responder a esta pregunta nos ayuda la «rueda de las emociones» de Robert Plutchik, un modelo que representa las emociones humanas en un diagrama circular, organizadas según diferentes categorías e intensidades. Este modelo puede aplicarse a la narración para enriquecer el relato y crear un compromiso emocional más profundo con el público.

Veamos cómo aplicar la rueda de las emociones Plutchik's a la narración:

1. Elección de las emociones: identifica las emociones clave que quieres despertar en el público. Por ejemplo, puede que quieras despertar alegría, ira, tristeza, miedo, asco u otras emociones específicas en distintos momentos de la historia.
2. Desarrollo de personajes: crea personajes que manifiesten esas emociones de forma creíble y auténtica. Asegúrate de que los personajes tengan motivaciones y trasfondos que justifiquen sus reacciones emocionales.
3. Narración basada en la emoción: utiliza la narración para mostrar las emociones de los personajes protagonistas. Describe las expresiones faciales, el lenguaje corporal y las reacciones emocionales de los personajes para que el público pueda conectar con ellos a nivel emocional.
4. Tensión emocional: juega con la rueda de las emociones para crear tensión emocional en la historia. Por ejemplo, puedes hacer que choquen emociones opuestas en dos personajes o que las emociones de un personaje evolucionen en el transcurso de la historia.
5. Progresión emocional: utiliza la rueda de las emociones para guiar la progresión de la historia. Por ejemplo, puedes empezar una historia con emociones positivas para captar la atención, luego introducir tensión emocional con emociones negativas y después conducir la historia hacia una resolución o un cambio emocional.

*¡Atención! Este material didáctico es para uso personal del alumnado y está protegido por derechos de autor. Queda terminantemente prohibida su reproducción o reutilización, incluso parcial, de acuerdo con la legislación sobre derechos de autor. (L. 22.04.1941/nº 633).*

*Este documento refleja únicamente la opinión del autor. La Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información que contiene.*

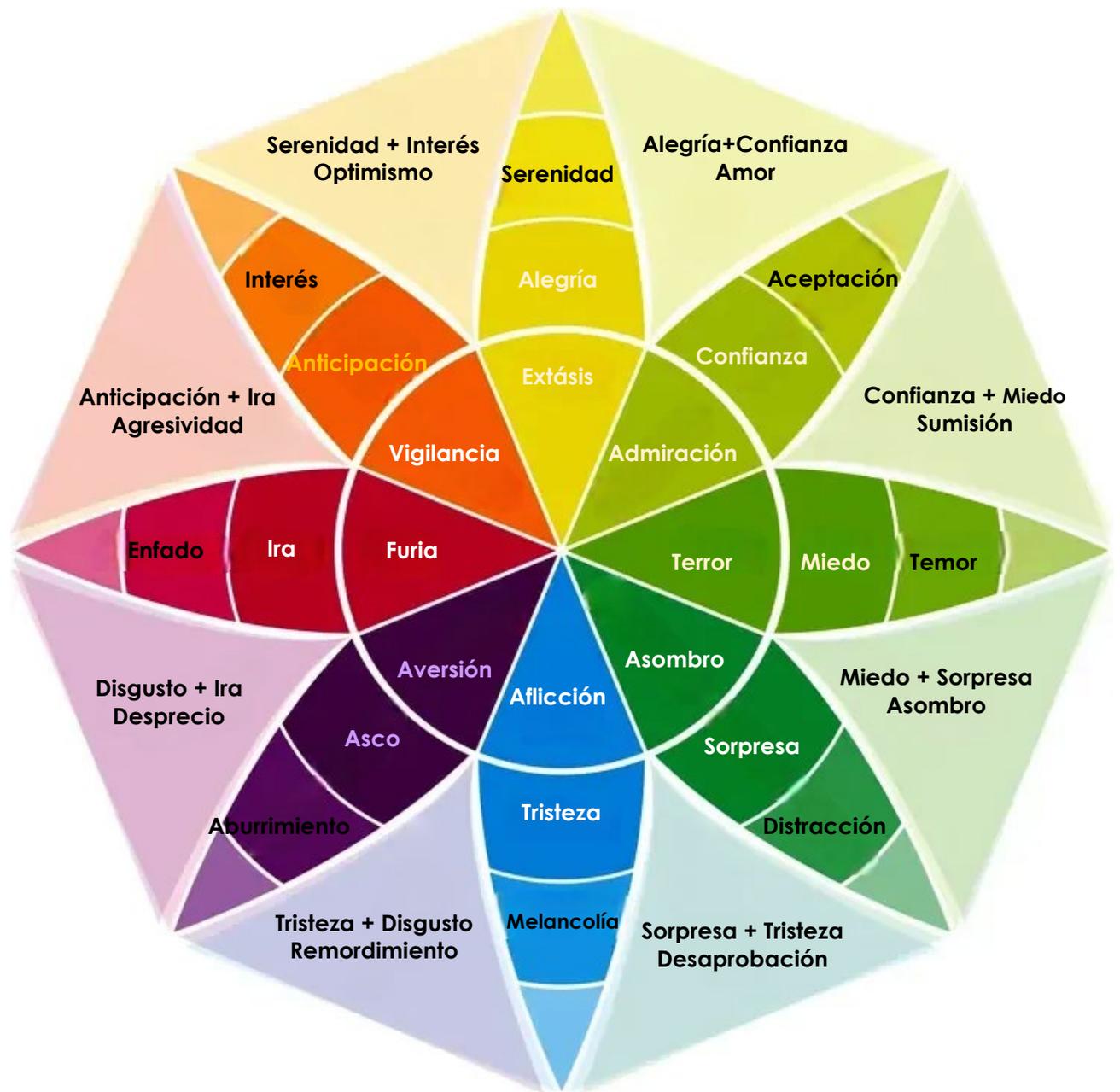
## *Valentina Coletta – Storytelling – Crear una historia*

6. Equilibrio emocional: asegúrate de equilibrar las distintas emociones a lo largo de la historia para que la narración resulte compleja y atractiva. Una oscilación entre distintas emociones puede mantener el interés del público.
7. Revelaciones y sorpresas emocionales: utiliza las emociones para crear revelaciones y sorpresas en la trama. Por ejemplo, puedes revelar un secreto o un cambio de emoción de un personaje en un momento clave de la historia.
8. Llama a la empatía: muestra las emociones de tal manera que el público pueda simpatizar o empatizar con los personajes. Esto fomenta una conexión emocional más profunda entre el público y la historia.

Aplicar la rueda de las emociones de Plutchik a la narración puede enriquecer la historia, hacerla más atractiva y permitir que el público experimente una gama más amplia de emociones mientras sigue la trama.

*¡Atención! Este material didáctico es para uso personal del alumnado y está protegido por derechos de autor. Queda terminantemente prohibida su reproducción o reutilización, incluso parcial, de acuerdo con la legislación sobre derechos de autor. (L. 22.04.1941/nº 633).*

*Este documento refleja únicamente la opinión del autor. La Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información que contiene.*



La Rueda de las Emociones de Robert Plutchik

¡Atención! Este material didáctico es para uso personal del alumnado y está protegido por derechos de autor. Queda terminantemente prohibida su reproducción o reutilización, incluso parcial, de acuerdo con la legislación sobre derechos de autor. (L. 22.04.1941/nº 633).

Este documento refleja únicamente la opinión del autor. La Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información que contiene.

## 2. La construcción de una historia

El esquema narrativo, también conocido como «arco narrativo» o «estructura narrativa», es un patrón o marco que define la secuencia de acontecimientos de una historia. Esta estructura se utiliza habitualmente en la creación de historias en la ficción, el cine, el teatro y la narración en general. Uno de los esquemas narrativos más conocidos es la "estructura en tres actos", que consta de:

1. Acto 1 (Introducción):
  - Presentación del contexto, los personajes y la situación inicial.
  - Introducción del conflicto o desafío principal al que se enfrentarán los personajes.
  - Creación de un vínculo emocional entre el público y los personajes principales.
2. Acto 2 (Desarrollo):
  - Profundización del conflicto y de los retos a los que se enfrentan los personajes.
  - Crecimiento de los personajes a través de las experiencias y los obstáculos a los que se enfrentan.
  - Aumento de la tensión narrativa a medida que se desarrolla la trama.
  - Llegada al clímax de la historia, a menudo seguido de un giro dramático.
3. Acto 3 (Resolución):
  - Resolución del conflicto principal y de otros hilos narrativos.
  - Desenlace de las tensiones y de los conflictos narrativos.
  - Conclusión emotiva, a menudo con una moraleja o mensaje clave.

Ya hemos visto cuáles son los principales factores del hilo conductor.

*¡Atención! Este material didáctico es para uso personal del alumnado y está protegido por derechos de autor. Queda terminantemente prohibida su reproducción o reutilización, incluso parcial, de acuerdo con la legislación sobre derechos de autor. (L. 22.04.1941/nº 633).*

*Este documento refleja únicamente la opinión del autor. La Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información que contiene.*

Pasemos ahora a los cinco puntos fundamentales que hay que desarrollar para construir una historia convincente:

1. **Punto de vista narrativo:** hay que decidir qué punto de vista narrativo se utilizará en la historia. Puedes elegir entre la primera persona (narrada por un personaje), tercera persona (un narrador externo) u otros puntos de vista.
2. **Tema y trama:** toda historia necesita un conflicto o reto central al que los personajes tengan que enfrentarse. Este conflicto es lo que impulsa la narración y crea tensión.
3. **Personajes bien desarrollados:** los personajes son el centro de la historia y deben ser tridimensionales, con facetas, motivaciones y un desarrollo coherente. El público debe ser capaz de identificarse o relacionarse con los personajes.
4. **Contexto y escenario:** la historia debe situarse en un contexto y un escenario bien definidos. Esto proporciona un marco para la narración y ayuda a crear una atmósfera única.
5. **Mensaje o resolución:** identifica el mensaje o tema clave que deseas transmitir a través de la historia. Éste debe ser el punto central de la narración y quedar patente en el conflicto y la resolución de la historia.

**Estos elementos constituyen la base para la creación de una historia atractiva y bien estructurada.**

La estructura narrativa ayuda a organizar estos elementos en una secuencia lógica que guía al público a través de la historia con eficacia.

Para cada punto, debemos preguntarnos:

1. Punto de vista narrativo: **¿Quién es el PROTAGONISTA? ¿Cuáles son sus características y su experiencia? ¿Cuál es su punto débil?**
2. Tema y argumento: **¿Cuál es el objetivo de las hazañas que se llevarán a cabo?**

*¡Atención! Este material didáctico es para uso personal del alumnado y está protegido por derechos de autor. Queda terminantemente prohibida su reproducción o reutilización, incluso parcial, de acuerdo con la legislación sobre derechos de autor. (L. 22.04.1941/nº 633).*

*Este documento refleja únicamente la opinión del autor. La Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información que contiene.*

3. Personajes bien desarrollados: **¿Cuál es la adversidad que experimenta y tiene que superar el protagonista? ¿Qué acontecimiento violento o impactante marcó la vida del protagonista? ¿Con quién/qué tiene que enfrentarse el protagonista? ¿Quiénes son los personajes que ayudan al protagonista a realizar la hazaña?**
4. Contexto y escenario: **¿qué herramientas son capaces de “salvar” al héroe? ¿Cuáles son las coordenadas espacio-temporales de la historia?**
5. Mensaje o resolución: **¿Cuál es la resolución?**

## 2.1 Estructura: Antes-Después-Puente

Analizaremos ahora la estructura “antes-después-puente”, un enfoque habitual en la narración que sirve para crear suspense y mantener el interés del público.

La estructura “antes-después-puente”, es un enfoque de presentación desarrollado por Nancy Duarte en su libro “Resonancia: Como presentar historias visuales que transformen a tu audiencia”. Este modelo sugiere empezar la presentación mostrando la situación actual (Antes), luego pintar un cuadro del futuro deseado (Después) y finalmente presentar el “puente” que los conecta.

La idea es crear una emoción en el público mostrando la diferencia entre lo que es y lo que podría ser.

Esta estructura se basa en la idea de presentar una situación inicial (“Antes”), seguida de una situación final (“Después”) y utilizando un “Puente” o serie de acontecimientos para conectar ambas situaciones. Este modelo se utiliza a menudo para desvelar lentamente la trama o el mensaje clave de la historia.

Esta estructura funciona así:

1. **Antes:** la fase “Antes” comienza con la introducción de una situación inicial. Esta situación puede ser tranquila, normal o incluso enigmática. El público empieza a conocer a los

*¡Atención! Este material didáctico es para uso personal del alumnado y está protegido por derechos de autor. Queda terminantemente prohibida su reproducción o reutilización, incluso parcial, de acuerdo con la legislación sobre derechos de autor. (L. 22.04.1941/nº 633).*

*Este documento refleja únicamente la opinión del autor. La Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información que contiene.*

## Valentina Coletta – Storytelling – Crear una historia

personajes y el contexto, pero a menudo no tiene respuestas claras a las preguntas iniciales que surgen.

2. **Puente:** la fase “Puente” representa el núcleo de la historia y producen una serie de sucesos o acontecimientos que enlazan la situación “Antes” con la situación “Después”. Estos acontecimientos pueden revelar detalles importantes, crear tensión o desentrañar el conflicto principal. El suspense suele alimentarse de preguntas sin resolver y misterios que se acumulan durante el “Puente”
3. **Después:** la fase “Después” representa la situación final o el resultado de las acciones que tuvieron lugar durante el “Puente”. En esta fase se suele dar respuesta a las preguntas iniciales y la historia llega a una especie de conclusión. El público adquiere una comprensión más completa de la historia y los personajes.

Este planteamiento se utiliza a menudo para mantener la atención del público y generar suspense, ya que el lector se siente impulsado por el deseo de resolver las preguntas planteadas durante la fase “Antes” y durante el “Puente” La estructura “antes-después-puente” se utiliza mucho en el cine, la literatura y la narrativa en general para crear una historia atractiva e intrigante.

*¡Atención! Este material didáctico es para uso personal del alumnado y está protegido por derechos de autor. Queda terminantemente prohibida su reproducción o reutilización, incluso parcial, de acuerdo con la legislación sobre derechos de autor. (L. 22.04.1941/nº 633).*

*Este documento refleja únicamente la opinión del autor. La Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información que contiene.*

### 3. CONSEJOS PARA CREAR UN STORYTELLING

El storytelling consiste en contar una historia o un mensaje de forma interesante y fácil de recordar utilizando elementos narrativos. Este enfoque se utiliza mucho en marketing, comunicación corporativa y muchos otros contextos para captar la atención del público, crear una conexión emocional y transmitir un mensaje con eficacia.

Los siguientes son algunos de los elementos clave en la creación de storytelling:

1. **Personajes:** los personajes pueden ser reales o imaginarios, pero deben estar bien definidos para que el público pueda identificarlos o relacionarse con ellos.
2. **Trama:** crea una trama o secuencia de acontecimientos que mantenga al público absorto. Asegúrate de que la historia tiene un principio, un desenlace y una conclusión coherentes.
3. **Punto de vista:** elige un punto de vista desde la perspectiva de un personaje o del narrador. Este punto de vista influirá en la percepción de la historia por parte del público.
4. **Contexto y ambientación:** sitúa la historia en un lugar y una época concretos. Esto puede ayudar a crear una atmósfera única y proporcionar un contexto a la narración.
5. **Conflicto:** introduce un conflicto o reto al que tengan que enfrentarse los personajes. Esto crea tensión en la historia y mantiene la atención del público.
6. **Mensaje o tema:** define el mensaje o tema que deseas transmitir a través de la historia. Éste debe ser el punto clave que quieres que el público entienda o recuerde.
7. **Emociones:** utiliza las emociones para atraer al público. Las historias que despiertan empatía, curiosidad, alegría, ira u otras emociones tienen más probabilidades de ser inolvidables.

*¡Atención! Este material didáctico es para uso personal del alumnado y está protegido por derechos de autor. Queda terminantemente prohibida su reproducción o reutilización, incluso parcial, de acuerdo con la legislación sobre derechos de autor. (L. 22.04.1941/nº 633).*

*Este documento refleja únicamente la opinión del autor. La Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información que contiene.*

8. **Estructura narrativa:** sigue una estructura narrativa tradicional, que suele incluir introducción, desarrollo, clímax y resolución. Esta estructura ayuda a mantener la historia bien organizada.
9. **Lenguaje y estilo:** utiliza un lenguaje y un estilo apropiados para el público objetivo de la historia. Puedes optar por un lenguaje formal o informal en función del contexto.
10. **Imágenes:** el uso de imágenes y detalles visuales puede enriquecer la historia y hacerla más atractiva.
11. **Llamada a la acción:** si la narración se utiliza con fines comerciales o persuasivos, es importante incluir una clara "llamada a la acción" que indique a la audiencia lo que debe hacer después de escuchar la historia (por ejemplo, comprar un producto, apoyar una causa, compartir la historia, etc.).

Por lo tanto, **una narración eficaz es una combinación de elementos narrativos que captan la atención del público, lo atraen emocionalmente y transmiten el mensaje deseado de forma memorable.**

*¡Atención! Este material didáctico es para uso personal del alumnado y está protegido por derechos de autor. Queda terminantemente prohibida su reproducción o reutilización, incluso parcial, de acuerdo con la legislación sobre derechos de autor. (L. 22.04.1941/nº 633).*

*Este documento refleja únicamente la opinión del autor. La Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información que contiene.*