

# PAST-TIMES



**Lo básico para contar  
historias**

# Módulo 1, Unidad 2: ¿Cómo escribir una historia?

*Cuentacuentos: ¿qué es exactamente?*



# Introducción

Contar historias es el arte de contar historias para transmitir un mensaje. Las marcas aplican esta técnica para vender sus productos; cuanto más te cuente la historia, más fuerte enviará un mensaje y más permeará tu memoria.

Se utiliza como técnica de marketing pero también en ficciones. Pixar, por ejemplo, es conocido por usarlo en sus dibujos animados.



*Inside Out, Pixar (2015)*

“

*Todos necesitamos historias en nuestras mentes ya que necesitamos comida para nuestros cuerpos: vemos televisión, vamos al cine y al teatro, leemos e intercambiamos historias con nuestros amigos. Las historias son particularmente importantes en la vida de nuestros hijos: las historias ayudan a los niños para entender su mundo y compartirlo con los demás.*

*El hambre de historias de los estudiantes es constante. Cada vez que ingresan a su aula entran con la necesidad de historias ”.*

*(Wright, 1995 citado en Miskiewicz, 2004)*

# Comunicarse a través de las emociones

- ▣ Todo lo que tiene que hacer es encontrar la imagen que desea transmitir a través de la narración, sus valores, las emociones que quiere evocar en el otro. Este método se aplica a un producto, o más ampliamente a una marca o declaración. Por lo tanto, debe determinar de antemano el público objetivo al que se dirigirá, no debe hablar con un niño como lo haría con un adulto.
- ▣ Aquí hay un ejemplo de una narración: un video hecho para la campaña de lanzamiento internacional de Perú, el producto aquí es Perú, ¿querrá ir allí después de verlo?

<https://www.youtube.com/watch?v=sTUi3JTuRys>

# Consejos de profesionales

La artista de la historia de Pixar, Emma Coats, ha twitteado una serie de pautas “básicas de la historia” que aprendió de sus colegas más importantes sobre cómo crear historias atractivas:

*Habia una vez* \_\_\_\_.

*Un día,* \_\_\_\_.

*Otro día* \_\_\_\_.

*Por eso,* \_\_\_\_.

*Debido a ello,* \_\_\_\_.

*Hasta que finalmente,* \_\_\_\_

# Consejos de profesionales (2)

- ▣ *# 1: admiras a un personaje por intentar más que por sus éxitos.*
- ▣ *# 2: Piensa en tu final antes de descubrir tu medio.*
- ▣ *# 3: Cuando estés atascado, haz una lista de lo que NO PASARÁ a continuación.*
- ▣ *# 4: Dale opiniones a tus personajes.*
- ▣ *# 5: Ponerlo en papel te permite comenzar a arreglarlo.*

# La estructura de tu historia

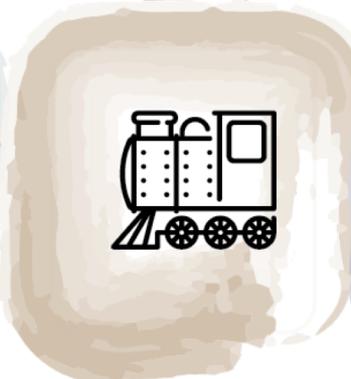
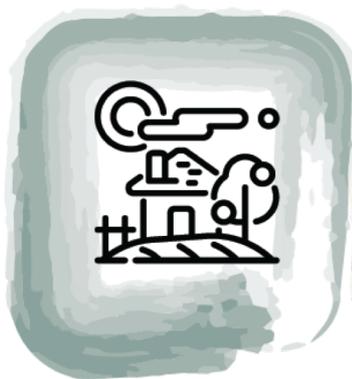
Conectores	ESTRUCTURA	FUNCIÓN
Érase una vez...	Principio	Se presenta el mundo de la historia y se establece la rutina del personaje principal.
Todos los días...		
Pero, un día...	Evento	El personaje principal rompe la rutina.
Por eso...	Nudo	Hay terribles consecuencias por haber roto la rutina. No está claro si el personaje principal saldrá bien al final.
Debido a...		
Y de esta manera...		
Hasta que finalmente...	Climax	El personaje principal se embarca en el éxito o el fracaso.
Y, desde entonces ...	Fin	El personaje principal tiene éxito o falla, y se establece una nueva rutina.

Gracias por su atención, ahora ya  
puedes escribir tu primera  
¡historia!

*¿Preguntas?*



# PAST-TIMES



inn<sup>o</sup>ventum



INNEO



S V E B ■  
F S E A ■



Erasmus+

**movetia**

Austausch und Mobilität  
Echanges et mobilité  
Scambi e mobilità  
Exchange and mobility

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.