

CUENTA TU HISTORIA

Guía para diseñar historias

Haki
-Storytelling→
¡La innovación comienza en la palabra!



CONTAR HISTORIAS

No existe una fórmula infalible para crear historias, y obtener una determinada respuesta por parte de tu audiencia.

Considero que las historias son mucho más que un inicio, nudo, desenlace, trama, punto de vista y demás aspectos narrativos, y que resulta difícil encasillarlas en una única definición.

Quiero que tomes este documento como una posible guía para elaborar historias, pero el mejor consejo que se me ocurre darte es que apuestes a contar relatos sinceros.

Si tienes alguna duda de los temas que te presento a continuación, no dudes en escribirme a: info@haki-storytelling.com

Juanma.

1. Caza la historia

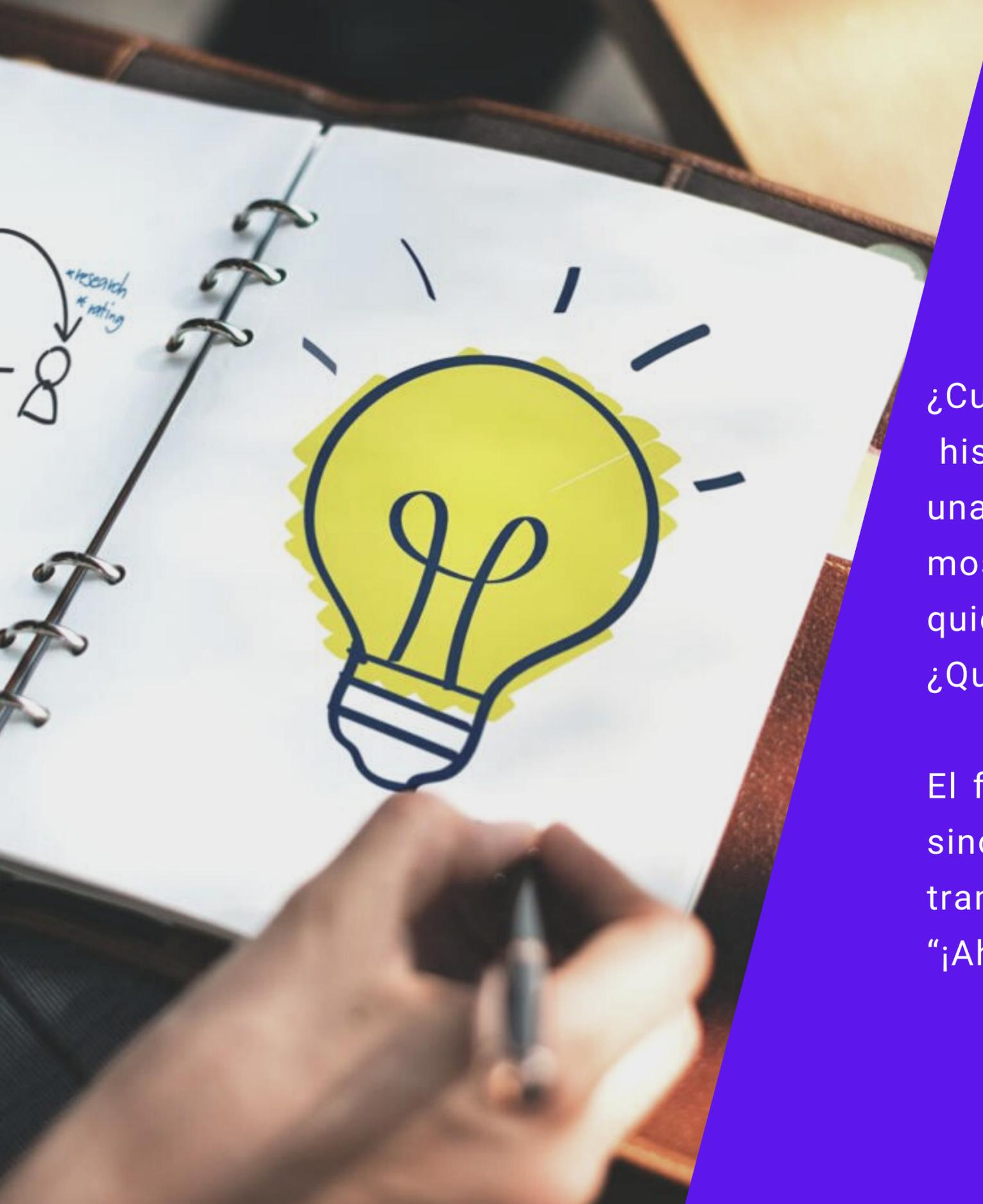


Cuando vamos a contar historias, siempre nos enfrentamos ante una pregunta que en ocasiones resulta incomoda ¿Qué voy a narrar?”.

Vivimos rodeados de historias, pero a veces no sabemos que contar.

Una solución a esto es analizar qué situación a nivel empresarial o relacionada con nuestra marca o producto, nos generó una fuerte emoción (tristeza, rabia, alegría, temor, etc).

Las historias tienen una directa relación con las emociones, y si en algún momento particular algo que ocurrió, nos logró despertar una emoción fuerte, es muy probable que podamos transformar el incidente en una buena historia.



2. Define el mensaje clave.

¿Cuál es el mensaje de fondo que pretendes transmitir con tu historia? ¿Llevar a las personas a tomar acción, ayudarlas, marcar una diferencia, transformar un problema en una oportunidad, mostrar la responsabilidad social de tu compañía? ¿De qué forma quieres cambiar la manera en que tu audiencia percibe el mundo? ¿Qué es lo que pretendes dejarles con tu historia?

El fin de tu historia no siempre se debe presentar de forma literal, sino a través del subtexto, con las acciones de los personajes y la trama. Nada mejor cuando terminas de leer una historia y piensas: “¡Ah! Ya entendí de qué me están hablando.”

3. Diseña tu personaje.



Crea un personaje creíble, con el que tu audiencia se pueda relacionar.

Por lo general, los personajes que realizan las mismas acciones que ellos obtienen resultados favorables, al contrario de aquellos con los que no se sienten identificados.

4. Define el conflicto.

El conflicto es, quizás, el elemento más importante de tu historia, pues es lo que más atrae a las personas. Para identificarlo pregúntate lo siguiente: ¿Qué fuerzas internas o externas se oponen a que mi protagonista alcance su objetivo?

Toda historia gira en torno al deseo del protagonista por obtener algo, y es a partir de ese incidente, el cual genera un cambio en el estado de los eventos (llamado a la aventura), que se comienzan a entrelazar una serie de eventos (trama), que más allá de estar contenidos en un inicio, nudo y desenlace, forman parte de un arco narrativo con diferentes puntos de trama (momentos en los que una historia puede tomar diferentes direcciones).

5. Escoge el punto de vista.

¿Desde qué punto de vista vas a narrar tu historia?
Recuerda que puedes seleccionar entre:

- Primera persona: el personaje es quien narra la historia.
- Segunda persona: El narrador le habla directamente al lector con el pronombre tú
- Tercera persona: tu historia la narra un tercero o un narrador omnisciente que es como un Dios que lo ve y sabe todo.

Analiza cuál Punto de vista es el que mejor se acomoda a tu historia y le funciona al relato.

6. Diseña la trama.



Hasta este punto ya haz analizado los componentes importantes de tu historia y es hora de que comiences a tejerlos. La trama evidencia el por qué de nuestra historia. El novelista Edward Foster alguna vez dijo: "Narrar es: "El rey murió y luego la reina murió", y la trama es: "El rey murió y la reina murió de pena".

Organiza la secuencia de eventos de tu historia, qué ocurre después de qué y cómo se encadena cada una de las piezas, para lograr el impacto que deseas.



a. Define el contexto

¿Dónde transcurre tu historia?

Quién es el personaje principal y qué quiere?



b. Muestra algo de acción

Muestra a tu personaje en movimiento, ¿Cón quién y qué elementos, interactúa?



c. Resultado

¿Cuál es la consecuencia final de sus acciones? ¿En dónde y cómo termina?



7. Apuesta por lo breve

Ante el bombardeo de información que vivimos, nuestro índice de atención cada vez es más bajo, así que debes procurar que tus textos no sean muy largos.

Para captar la atención de tu audiencia, trabaja mucho en tus aperturas, para lograr un principio impactante que deje a tus lectores con ansias de saber qué va a ocurrir a continuación.



8. Edita, edita y...edita

Ernest Hemingway decía que el primer borrador de cualquier escrito es basura y es verdad. El primer borrador suele estar lleno de huecos narrativos que debes ir tapando con cada edición. Por eso hay quienes dicen que un escrito nunca se termina sino que escasamente se abandona.

Cuando lo tengas listo muéstraselo a alguien, para que le de una mirada con otros ojos.



Las palabras, por sí solas no cuentan con un significado diferente al propio. Solo cuando hacen parte de un contexto más amplio, conocido como historia, es cuando el lenguaje y la comunicación cobran todo su potencial.

HAKI STORYTELLING