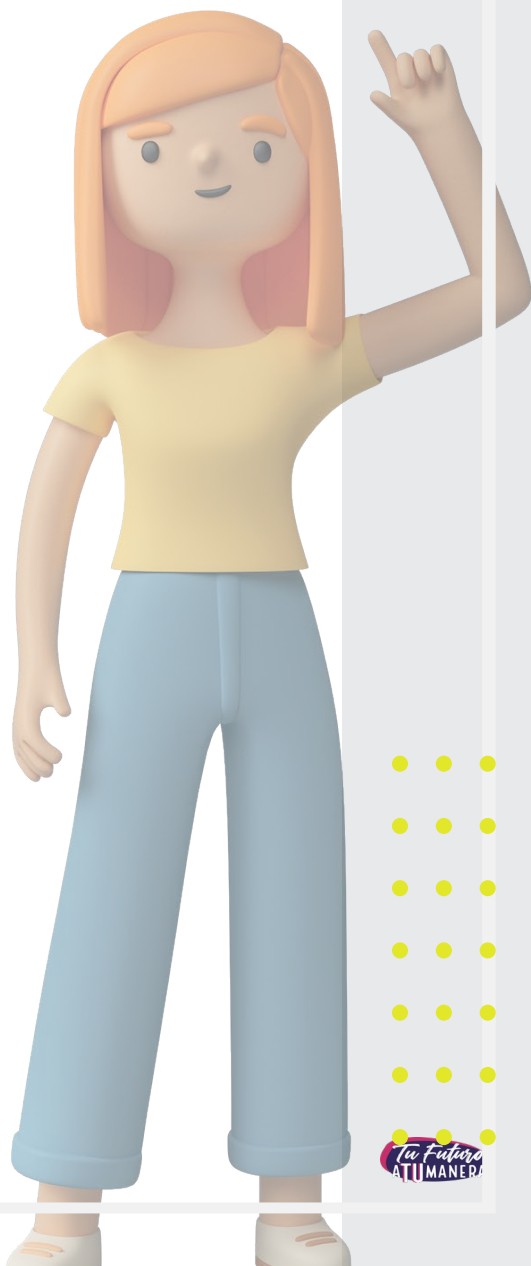




Storytelling

Guía didáctica





Facultad Unidad Académica Técnica y Tecnológica

Tecnología Superior en Creación Audiovisual Digital

Storytelling

Guía didáctica

Autora:

Ana María Beltrán Flandoli




Asesoría virtual
www.utpl.edu.ec

Storytelling

Guía didáctica

Ana María Beltrán Flandoli

Universidad Técnica Particular de Loja

 4.0, CC BY-NY-SA

Diagramación y diseño digital:

Ediloja Cía. Ltda.

Telefax: 593-7-2611418.

San Cayetano Alto s/n.

www.ediloja.com.ec

edilojainfo@ediloja.com.ec

Loja-Ecuador

ISBN digital -



Los contenidos de este trabajo están sujetos a una licencia internacional Creative Commons **Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual** 4.0 (CC BY-NC-SA 4.0). Usted es libre de **Compartir** — copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato. **Adaptar** — remezclar, transformar y construir a partir del material citando la fuente, bajo los siguientes términos:

Reconocimiento- debe dar crédito de manera adecuada, brindar un enlace a la licencia, e indicar si se han realizado cambios. Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que usted o su uso tienen el apoyo de la licenciante. **No Comercial-** no puede hacer uso del material con propósitos comerciales. **Compartir igual-** Si remezcla, transforma o crea a partir del material, debe distribuir su contribución bajo la misma licencia del original. No puede aplicar términos legales ni medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otras a hacer cualquier uso permitido por la licencia. <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

27 de Marzo, 2025

Índice

¿De qué se trata esta experiencia?.....	5
Unidad 1. Contextualización.....	8
1.1. Introducción al storytelling	11
1.2. Elementos esenciales de una historia.....	19
Unidad 2. Análisis	37
2.1. Caminos de la creación.....	40
2.2. Técnicas de escritura creativa y narrativa persuasiva	56
Unidad 3. Intervención	75
3.1. Técnicas y trucos para desarrollar una historia	78
3.2. Creación de experiencias narrativas interactivas.....	89
Unidad 4. Síntesis	100
4.1. Cómo integrar la historia.....	103
4.2. Construcción de un proyecto de storytelling	112
Solucionario	123
Referencias bibliográficas	129
Anexos	132



¿De qué se trata esta experiencia?



¿Qué aprenderá en esta asignatura?

La asignatura de Storytelling le permitirá desarrollar habilidades para crear y estructurar narrativas impactantes en distintos formatos y plataformas. A lo largo del curso, se explorarán técnicas de redacción creativa y persuasiva, la construcción de personajes memorables, la resolución de conflictos narrativos y el uso de diálogos efectivos.

Se estudiarán los elementos esenciales de una historia, como la estructura narrativa clásica y las nuevas tendencias como el storyliving y storydoing. Además, se analizarán técnicas avanzadas de escritura, narrativas lineales y no lineales, y estrategias para generar engagement en audiencias digitales.

Se abordará el concepto de narrativa transmedia, permitiendo la expansión de historias en múltiples plataformas mediante el uso de herramientas digitales como Scrivener, Final Draft, Twine y Canva. Asimismo, se estudiarán casos exitosos en cine, televisión, videojuegos y redes sociales para comprender el impacto del storytelling en la sociedad. Finalmente, aplicará estos conocimientos en la creación de un proyecto narrativo completo, adaptando su historia a diferentes medios y evaluando su efectividad.



Impacto de la asignatura en su desarrollo académico

Esta asignatura tiene un impacto significativo en su desarrollo académico, ya que fortalece sus habilidades de comunicación, creatividad y pensamiento crítico, esenciales para la creación de narrativas efectivas en diversos medios digitales. A través del dominio de estructuras narrativas, la construcción de personajes y el uso de estrategias persuasivas, será capaz de adquirir herramientas fundamentales para la producción audiovisual, la publicidad, el marketing digital y la comunicación transmedia. Además, el curso fomenta la capacidad de analizar y adaptar historias a distintos formatos, promoviendo la innovación y el **engagement** en audiencias contemporáneas.

Al integrar conocimientos teóricos y prácticos, no solo mejorará su capacidad de contar historias impactantes, sino que también desarrollará competencias clave para el diseño y presentación de proyectos narrativos sólidos, preparándolo para los desafíos del entorno digital y profesional.



Requisitos para aprobar esta asignatura

Para aprobar esta asignatura, es necesario cumplir con los siguientes requisitos:

Promedio mínimo de 50 % o 5 puntos sobre 10, basado en:

- Aprendizaje en contacto con el docente (30 %): incluye la participación en sesiones síncronas, foros de discusión, talleres de escritura creativa y mesas redondas sobre storytelling y narrativa transmedia.

- Aprendizaje práctico-experimental (35 %): se centra en la aplicación de técnicas narrativas a través del diseño de personajes, la escritura de un relato corto, su adaptación transmedia y una reflexión sobre storytelling en contenido digital.
- Aprendizaje autónomo (35 %): implica el análisis de narrativas en distintos formatos, la comparación de estructuras y la elaboración de un ensayo sobre el impacto del storytelling en la industria audiovisual.
- Proyecto técnico final: integra todos los aprendizajes en un proyecto narrativo completo que aplique storytelling, narrativa transmedia o contenido digital innovador.

Para alcanzar la aprobación, debe cumplir con cada uno de estos componentes, aplicando técnicas narrativas, participando activamente en las actividades y entregando sus proyectos dentro del plazo establecido. Además, contará con una evaluación de recuperación en caso de necesitar mejorar su desempeño en alguna actividad clave.

Unidad 1.

Contextualización



Mi desafío

¿Cómo superará este desafío?

En esta unidad, el resultado del aprendizaje es aplicar técnicas de redacción creativa y persuasiva para elaborar historias y textos que comuniquen efectivamente mensajes específicos, integrando conocimientos sobre narrativa y audiencia. Para ello, desarrollará una serie de actividades que le permitirán comprender los conceptos fundamentales del Storytelling, se abordará su evolución histórica y su impacto en la industria audiovisual y digital, los elementos esenciales de una historia, incluyendo la estructura narrativa clásica y conceptos innovadores como el storyliving y el storydoing, que buscan una mayor inmersión del público.

Para lograr este resultado, deberá completar las siguientes actividades:

- Participar en una sesión síncrona sobre los principios fundamentales del storytelling, su evolución histórica y su impacto en la industria audiovisual y digital.
- Seleccionar un texto, una película, serie o cortometraje y analizar su estructura narrativa.
- Analizar modelos narrativos en textos, películas, series, cómics o videojuegos y crear una infografía sobre la estructura de la historia seleccionada.

- Participar en un foro de discusión sobre las diferentes estructuras narrativas y arquetipos utilizados en el storytelling.
- Diseñar un personaje original basado en un arquetipo clásico.
- Realizar el cuestionario de autoevaluación en línea para medir su comprensión de los fundamentos del storytelling.

A través de estas actividades, desarrollará una base conceptual sólida sobre el storytelling y su aplicación en los distintos campos digitales y transmedia, fortaleciendo su capacidad de análisis y síntesis. Es recomendable que aproveche los recursos bibliográficos proporcionados, participe activamente en los espacios de debate y gestione adecuadamente su tiempo para completar las actividades en los plazos establecidos. De este modo, garantizará un aprendizaje significativo que le permitirá avanzar con éxito en el curso.



Semana 1

Resultado de aprendizaje 1. Aplica técnicas de redacción creativa y persuasiva para elaborar historias y textos que comuniquen efectivamente mensajes específicos, integrando conocimientos sobre narrativa y audiencia.

Para alcanzar el resultado de aprendizaje, se explorarán los fundamentos del storytelling como una herramienta esencial para la comunicación efectiva, analizando su evolución histórica, y su impacto en la sociedad. A través del estudio comparativo entre historias humanas y datos, se comprenderá el poder persuasivo de la narración. Además, se abordarán los elementos esenciales de una historia, incluyendo la estructura narrativa clásica (inicio, desarrollo y desenlace) y conceptos innovadores como el storyliving y el storydoing, que buscan una mayor inmersión del público. Se aplicarán técnicas de redacción creativa y persuasiva, utilizando recursos como el monólogo interior, la ambientación narrativa y la construcción de historias entrecruzadas, lo que le permitirá experimentar con distintos estilos y enfoques.

La narración de historias ha acompañado a la humanidad desde tiempos inmemoriales, evolucionando junto con las formas de comunicación y adaptándose a los diferentes medios y audiencias. En esta primera unidad, se explorará el storytelling como una herramienta esencial en la creación audiovisual y digital, comprendiendo su impacto, evolución y estructura fundamental. Antes de adentrarnos en la práctica de la narración creativa, es necesario comprender qué es el storytelling, cómo ha cambiado a lo largo del tiempo y cuál es su papel en la sociedad actual. A través del análisis de su definición, evolución, y relevancia en diversos ámbitos, se sentarán las bases para desarrollar historias efectivas y persuasivas.

¡Comencemos!

1.1. Introducción al storytelling

Desde tiempos inmemoriales, las civilizaciones han utilizado relatos para transmitir conocimiento, valores y experiencias, consolidando así la identidad cultural de los pueblos. En la actualidad, el storytelling ha evolucionado más allá de la tradición oral y escrita, adaptándose a múltiples plataformas digitales y formatos narrativos.

En esta primera unidad, se explorará el significado del Storytelling, su impacto en la sociedad y su evolución a lo largo del tiempo, antes de visualizar los aspectos técnicos y creativos del Storytelling, es esencial analizar su evolución histórica y su relevancia en distintos contextos, desde la literatura clásica hasta los nuevos formatos digitales como TikTok y las narrativas transmedia.

1.1.1. Definición y evolución del storytelling

El Storytelling se define como la técnica de estructurar y comunicar relatos de manera efectiva para generar impacto en una audiencia.

McKee (1997) lo describe como el arte de construir narrativas con una estructura sólida, capaz de provocar emociones y transmitir mensajes persuasivos. En el ámbito digital y transmedia, Scolari (2014) amplía esta definición al considerarlo como una estrategia narrativa que se expande a través de múltiples plataformas y formatos, permitiendo una experiencia inmersiva y participativa para el usuario.

En términos generales, el storytelling convierte datos o información en relatos significativos, utilizando elementos narrativos como personajes, conflicto y resolución para facilitar la comprensión y retención del mensaje. En el ámbito del marketing y la comunicación, Denning (2006) lo define como una herramienta estratégica que permite persuadir y conectar con el público a través de relatos estructurados de manera clara y emotiva.

La narración de historias ha sido una constante en la historia de la humanidad, adaptándose a los cambios tecnológicos y culturales. Desde los relatos orales en las primeras civilizaciones hasta las narrativas transmedia actuales, el storytelling ha evolucionado en función de las necesidades comunicativas y los medios disponibles.

Le invito a revisar la siguiente infografía en donde se profundiza la [evolución del storytelling](#).

Cómo pudo observar, el storytelling ha evolucionado desde la tradición oral hasta convertirse en una herramienta clave en el ámbito digital y transmedia. Su capacidad para conectar con la audiencia, transmitir mensajes y generar **engagement** lo ha convertido en una estrategia en diversas áreas, desde la publicidad hasta la creación de contenido en redes sociales.

1.1.2. Impacto del storytelling en la sociedad: historias humanas vs. datos

El storytelling no es solo una herramienta de entretenimiento, sino un mecanismo fundamental para la comunicación humana. Desde tiempos antiguos, las historias han servido para transmitir conocimientos, valores y emociones, influenciando la manera en que las personas entienden el mundo. Como señala Salmon (2007), la narración de historias ha sido utilizada tanto para la educación como para la persuasión, configurando nuestra cultura y percepción de la realidad.

En el mundo actual, saturado de información y datos, este método de expresión sigue siendo un recurso poderoso, ya que permite convertir hechos fríos y números en relatos significativos que generan conexión emocional. McKee (1997) explica que los datos por sí solos son difíciles de recordar y procesar, pero cuando se presentan en forma de historia, se vuelven más comprensibles y memorables.

A continuación, podrá observar algunas razones de su importancia.

Tabla 1

Importancia de las historias humanas frente a los datos.

Fundamentos	Criterios
Los datos son racionales, las historias son emocionales.	Los datos pueden proporcionar pruebas y credibilidad, pero las historias permiten humanizar la información y hacerla accesible. Según Denning (2006), cuando una persona recibe solo cifras y estadísticas, la respuesta suele ser racional y analítica; en cambio, cuando la misma información se presenta a través de una historia, el impacto genera emociones.
El efecto de la narrativa en la persuasión.	En su investigación sobre narrativas transmedia, Scolari (2014) señala que las personas recuerdan con mayor facilidad una historia bien contada que un conjunto de cifras.

Fundamentos	Criterios
Ejemplo práctico: impacto en campañas sociales.	Un ejemplo de la efectividad del storytelling frente a los datos se encuentra en las campañas de concienciación social. Un estudio de la Harvard Business Review (2023) comparó dos enfoques en campañas de donación: una basada en estadísticas sobre la pobreza y otra en la historia de una niña en situación de vulnerabilidad. Los resultados mostraron que la segunda opción generó más donaciones y mayor compromiso emocional.
La combinación de datos y storytelling: el equilibrio ideal.	Muchos expertos en comunicación recomiendan una combinación de ambos enfoques: usar datos para respaldar la credibilidad y una historia para generar impacto emocional.

Nota. Recuperado de *Effective storytelling: Strategic business narrative techniques*, por Denning, S., 2006, [Strategy & Leadership](#); de *Storytelling y comunicación persuasiva*, por Harvard Business Review, 2023, [HARVARD KennedySchool](#).

Con base en los fundamentos y criterios expuestos, se puede determinar que el storytelling es una herramienta eficiente en ámbitos como el marketing, la educación y el entretenimiento, ya que facilita la comprensión y retención de la información, fomentando la empatía y la reflexión crítica. En resumen, el storytelling no solo enriquece nuestras vidas al brindarnos un sentido de pertenencia y comprensión mutua, sino que también impulsa el cambio social al inspirar y movilizar a las personas a través de narrativas convincentes y emotivas.

1.1.3. Evolución histórica: del joven Werther a TikTok

El storytelling ha evolucionado a lo largo de la historia, adaptándose a los medios y tecnologías disponibles en cada época. Desde la literatura epistolar hasta las narrativas transmedia en plataformas digitales, el arte de contar historias ha cambiado en sus formas, pero mantiene su esencia que se enfoca en generar conexión emocional con la audiencia.

Le invito a revisar la siguiente infografía en donde conocerá la evolución del [joven Werther a TikTok](#).

Las historias en redes sociales apelan a la inmediatez y a la interacción, permitiendo que los usuarios no solo consuman contenido, sino que también participen en la creación de narrativas colectivas (Atarama-Rojas & Menacho-Girón, 2018).

Se puede determinar que el storytelling ha evolucionado desde la literatura epistolar hasta las narrativas interactivas y transmedia de la actualidad. Cada avance tecnológico ha transformado la manera en que las historias se cuentan y se experimentan, demostrando que el arte de narrar sigue siendo una herramienta poderosa para conectar con las audiencias en cualquier época.

1.1.4. Ejercicios y ejemplos prácticos

El aprendizaje de esta destreza de comunicación requiere no solo teoría, sino también práctica constante para desarrollar habilidades narrativas efectivas. A continuación, se presentan ejercicios diseñados para mejorar la creatividad, la estructura narrativa y la conexión emocional en la narración de historias:

- A. La historia en seis palabras:** inspirado en el famoso desafío atribuido a Ernest Hemingway: "For sale: baby shoes, never worn." (Se venden zapatos de bebé, nunca usados), este ejercicio obliga a condensar una historia completa en solo seis palabras, teniendo como objetivo desarrollar la capacidad de síntesis y la construcción de significado a través de la brevedad, como se lo puede visualizar en el siguiente ejemplo:
- "Último mensaje enviado. Respuesta nunca llegó."
 - "Cerró la puerta. Afuera, el mundo."
- B. Crea un conflicto en 100 palabras:** el conflicto es el núcleo de cualquier historia, según McKee (1997). Este ejercicio

consiste en escribir un microcuento de 100 palabras en el que el conflicto sea claro desde el inicio, buscando practicar la construcción de tensión narrativa con economía de palabras, así como se lo demuestra en el siguiente ejemplo:

“La tormenta rugía. Marta revisó su celular: sin batería. Tocaron la puerta. Su corazón latió acelerado. Nadie debía estar allí. Se acercó. Giró la perilla... Nada. Solo el viento. Pero al cerrar, sintió un susurro detrás de ella.”

- C. “Reescribe una historia desde otro punto de vista”:** elegir un cuento breve, o un suceso conocido y reescribirlo desde la perspectiva de otro personaje, con el objetivo de desarrollar habilidades para cambiar la voz narrativa y explorar distintos ángulos de una historia.

Por ejemplo, tomemos Caperucita Roja y escribamoslo desde el punto de vista del lobo, que sería:

“Solo quería hablar. Explicar que el bosque estaba desapareciendo, que los cazadores nos perseguían. Pero ella gritó. Y entonces su abuela me golpeó con un sartén. No fue mi culpa.”

Estos ejercicios son de gran ayuda para desarrollar habilidades narrativas esenciales en la creación de historias impactantes y persuasivas. Estas prácticas permitirán integrar de manera natural los principios del storytelling en diferentes formatos y medios.



Actividades de aprendizaje recomendadas

Para consolidar los conocimientos adquiridos hasta el momento, se le invita a desarrollar las siguientes actividades:

1. Investigue un caso real donde el storytelling haya sido fundamental en publicidad, campañas sociales o discursos políticos. Redacte un análisis conciso (300-500 palabras) que explique:
 - ¿Cómo se implementó la narrativa en este caso?
 - ¿Qué emociones o reacciones suscitó en la audiencia?
 - ¿Habría tenido la misma efectividad si solo se hubieran presentado datos?
2. Elabore una microhistoria (máximo 300 palabras) que presente una situación emotiva o impactante, la cual debe incluir un personaje principal con un conflicto definido, una estructura narrativa con inicio, desarrollo y desenlace, y un mensaje o enseñanza implícita.
3. Como primer paso para el desarrollo de su proyecto de asignatura “Construcción de un proyecto de storytelling”, deberá seleccionar un texto, una película, serie o cortometraje y analizar su estructura narrativa.

Nota. Complete las actividades en un documento Word.



Semana 2

Resultado de aprendizaje 1. Aplica técnicas de redacción creativa y persuasiva para elaborar historias y textos que comuniquen efectivamente mensajes específicos, integrando conocimientos sobre narrativa y audiencia.

Toda historia efectiva se compone de elementos narrativos fundamentales que permiten su construcción y desarrollo. Estos elementos son los que captan la atención del público y le dan coherencia y significado a la trama.

En esta sección, se explorarán aspectos clave como la estructura narrativa, que comprende el inicio, el desarrollo y el desenlace, asegurando que la historia fluya de manera lógica y atractiva, el dominio de estos aspectos es fundamental para la creación de relatos que no solo informen o entretengan, sino que también conecten emocionalmente con quienes los reciben.

1.2. Elementos esenciales de una historia

Luego de comprender la importancia del storytelling, su evolución histórica y su impacto en la comunicación de ideas y mensajes, es importante conocer sobre los elementos esenciales de una historia. Por este motivo, es indispensable conocer y adentrarnos en las estructuras narrativas, sus recursos creativos y demás elementos esenciales para desarrollar y crear historias que lleguen a los receptores.

1.2.1. Estructura narrativa: inicio, desarrollo y desenlace

La estructura narrativa es el esqueleto sobre el cual se construye una historia. Es fundamental para guiar al lector o espectador a través del relato de manera clara y efectiva. Aunque existen diversas estructuras, la más clásica y ampliamente utilizada es la estructura en tres actos: inicio, desarrollo y desenlace (McKee, 1997). Este esquema ha sido empleado en la literatura, el teatro, el cine y la narrativa digital, a continuación, podrá observar los elementos y ejemplos de cada uno de los actos de la estructura narrativa:

A. Inicio: presentación del mundo y los personajes: el inicio de una historia tiene la función de introducir a la audiencia en el universo narrativo, en esta fase se presentan los personajes principales, el contexto y el conflicto inicial, tal como se lo muestra en los siguientes elementos:

1. **Introducción del protagonista:** se presenta quién es el personaje principal y cuál es su situación inicial.
2. **Ambientación y contexto:** se establece el mundo en el que se desarrolla la historia (época, lugar, reglas del universo narrativo).
3. **Planteamiento del conflicto:** se introduce el problema o desafío que impulsará la trama.
4. **El gancho narrativo:** es un elemento impactante que capta la atención del espectador desde el comienzo (Denning, 2006).

Para una mejor comprensión, podemos traer en contexto al “Rey León (1994)”, la cual comienza con la presentación del reino animal y la introducción de Simba como heredero. En paralelo, se insinúa el conflicto con Scar, su tío, quien desea el trono.

Figura 1

El Rey León (1994)



Nota. Tomado de *El Rey León* [Ilustración], por Sensacine, 2011, [sensacine](#), CC BY 4.0.

B. Desarrollo: construcción del conflicto y evolución del personaje: el desarrollo (o nudo) es la parte más extensa de la historia. Aquí se profundiza en los conflictos del protagonista, se introducen personajes secundarios y se generan situaciones que aumentan la tensión narrativa, siguiendo los siguientes elementos:

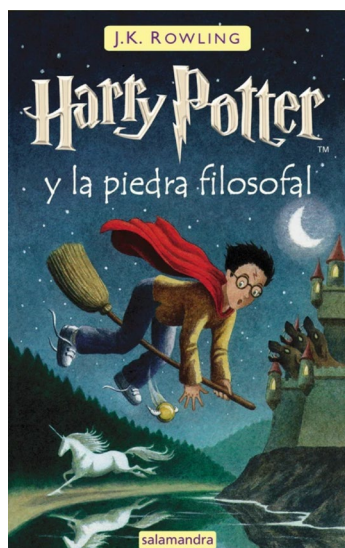
1. **Evolución del protagonista:** el personaje debe experimentar cambios y enfrentar obstáculos.
2. **Crecimiento del conflicto:** el problema inicial se intensifica con giros narrativos inesperados.
3. **Momentos de crisis:** se presentan dificultades que ponen a prueba la determinación del protagonista.

4. **El punto de giro:** un acontecimiento que cambia el rumbo de la historia y la encamina hacia el desenlace (McKee, 1997).

Para comprender de mejor manera, podemos recordar a Harry Potter y la piedra filosofal (Rowling, 1997), donde el desarrollo muestra a Harry aprendiendo sobre el mundo mágico, enfrentándose a desafíos en Hogwarts y descubriendo la amenaza de Voldemort.

Figura 2

Harry Potter y la piedra filosofal



Nota. Tomado de *Harry Potter y la Piedra Filosofal* [Ilustración], por Matias Gryffindor, s.f., [Fandom](#), CC BY 4.0.

- C. **Desenlace: resolución del conflicto:** es la fase final de la historia, donde se resuelven los conflictos principales y se proporciona un cierre satisfactorio para la audiencia siguiendo los siguientes elementos:
 1. **Clímax:** Momento de mayor tensión narrativa en el que el protagonista enfrenta el conflicto principal.

2. **Resolución:** se muestra cómo la historia llega a su conclusión.
3. **Cierre emocional o temático:** puede incluir una reflexión final o la transformación del personaje.

Podemos entender de mejor manera este acto narrativo, recordando a “Toy Story 3” (2010). El clímax ocurre cuando Woody y sus amigos están en peligro en el basurero, y la resolución llega cuando son rescatados y encuentran un nuevo hogar con Bonnie.

Figura 3

Toy Story 3



Nota. Tomado de *Toy Story 3: The Gang's All Here* [Ilustración], por IMDbPro, 2010, [imdb](#), CC BY 4.0.

Aunque la estructura en tres actos es la más utilizada, existen otros **modelos alternativos de estructura narrativa** que también pueden aplicarse en Storytelling, los cuales se exponen en el siguiente módulo didáctico.

En resumen, se puede determinar que la estructura narrativa es el cimiento de cualquier historia efectiva, como afirma McKee

(1997), “las historias bien estructuradas permiten que la audiencia experimente la emoción y el significado de manera efectiva”.

1.2.2. Storytelling, storyliving y storydoing

El arte de contar historias ha evolucionado con el tiempo, pasando de la simple narración (Storytelling) a la inmersión del usuario en la experiencia narrativa (storyliving) y, finalmente, a la acción dentro de la historia (storydoing). En la era digital, las marcas, los creadores de contenido y los medios de comunicación han adoptado estas estrategias para generar mayor conexión con sus audiencias. Estas tres formas de narración y sus aplicaciones en distintos ámbitos, se exponen a continuación:

A. Storytelling: el arte de contar historias: es la forma tradicional de narrar una historia con una estructura clara de inicio, desarrollo y desenlace (McKee, 1997). Su objetivo principal es transmitir un mensaje de manera memorable y generar una conexión emocional con la audiencia, en base a este concepto, podemos identificar las siguientes características:

- **Relato estructurado:** tiene personajes, un conflicto y una resolución.
- **Conexión emocional:** busca generar empatía y resonancia en la audiencia.
- **Uso en múltiples formatos:** se encuentra en la literatura, el cine, la publicidad y los medios digitales.

Un ejemplo claro son las campañas publicitarias de marcas como Coca-Cola que utilizan Storytelling en sus anuncios para evocar emociones, como la unión familiar en Navidad o la felicidad compartida con amigos.

Figura 4

Coca Cola "Despierta la magia navideña".



Nota. Tomado de Coca-Cola presentó su spot de navidad [Ilustración], por Latin Spots, 2023, [latinspots](#), CC BY 4.0.

Para comprender de mejor manera el tema, le invito a observar el siguiente video: [¿Qué es storytelling?](#)

B. Storyliving: la experiencia inmersiva: es una evolución del storytelling en la que la audiencia no solo recibe la historia, sino que la experimenta de manera inmersiva bajo las siguientes características.

- **Inmersión total:** el usuario se convierte en parte de la historia.
- **Uso de tecnología:** se emplean herramientas como realidad virtual, videojuegos o experiencias interactivas en redes sociales.
- **Participación activa:** el usuario elige cómo experimentar la historia.

Para comprender de mejor manera, podemos recordar el videojuego The Last of Us (2013) que permite a los jugadores experimentar una historia emocionalmente intensa, en la que toman decisiones que afectan el desarrollo del relato.

Figura 5

Video juego "The Last of Us"



Nota. Tomado de *THE LAST OF US - PS3 DIGITAL* [Ilustración], por Sasitogames, 2015, [sasitogames](#), CC BY 4.0.

Para profundizar el presente tema de estudio, le invito a observar el siguiente video: [STORYLIVING](#).

C. Storydoing: el storydoing va más allá de la experiencia inmersiva y convierte a la audiencia en protagonista activa, impulsándola a tomar acciones concretas dentro del relato. Esta técnica es utilizada principalmente en estrategias de marketing y branding, donde las marcas no solo cuentan una historia, sino que la hacen realidad con acciones concretas, generando las siguientes características:

- **El usuario es el protagonista:** no solo escucha o vive la historia, sino que la crea con sus acciones.
- **Enfoque en valores y propósitos:** se basa en la autenticidad y en el impacto social de la narrativa.
- **Interacción con el mundo real:** se vincula con causas sociales o experiencias comunitarias.

Un ejemplo claro lo ha realizado la marca Patagonia que promueve la sostenibilidad no solo con mensajes publicitarios, sino con acciones reales, como la fabricación de productos reciclables y la participación en movimientos ecológicos. Su campaña “Don’t Buy This Jacket” incentivó a los consumidores a reflexionar sobre el consumismo.

Figura 6

Campaña “Don’t Buy This Jacket” Patagonia.



Nota. Tomado de Patagonia's “Don’t Buy This Jacket” Campaign: Promoting Sustainability and Ethical Consumption [Ilustración], por Yash Dixit, 2024, [Linkedin](#), CC BY 4.0.

Para reforzar los conceptos estudiados, le invito a observar el siguiente video: [¿Qué es el Storydoing?](#)

Finalmente, se puede deducir que el storytelling ha evolucionado hacia formatos más participativos, en los que la audiencia deja de ser espectadora para convertirse en parte activa de la narrativa. Desde la narración tradicional hasta la acción real en storydoing, estos enfoques han revolucionado la forma en que las marcas, los creadores de contenido y los medios de comunicación conectan con sus públicos.

1.2.3. Recursos creativos: monólogo interior, historias entrecruzadas, escenarios y ambientación narrativa

El storytelling no solo depende de una estructura sólida, sino también del uso de recursos creativos que potencien la inmersión, la emoción y la profundidad de una historia. Elementos como el monólogo interior, las historias entrecruzadas, la ambientación y los escenarios permiten a los creadores generar relatos más dinámicos, envolventes y significativos. A continuación, en el siguiente módulo didáctico se exploran estos [recursos y su aplicación en distintas narrativas](#):

El uso de recursos creativos como el monólogo interior, las historias entrecruzadas, los escenarios y la ambientación narrativa permite a los creadores desarrollar historias más complejas y envolventes. Estos elementos no solo enriquecen la narrativa, sino que también contribuyen a generar una conexión más profunda con la audiencia. Aplicar estos recursos de manera efectiva es clave para la creación de historias impactantes en cualquier formato, desde la literatura hasta el cine, los videojuegos y las plataformas digitales.

1.2.4. Ejercicio de estilo

El ejercicio de estilo es una técnica utilizada en el storytelling para explorar diferentes maneras de contar una misma historia, modificando elementos como el punto de vista, el tono, la estructura o el lenguaje. Este recurso permite a los narradores experimentar con la escritura y descubrir su propia voz narrativa, además de desarrollar versatilidad y creatividad en la construcción de relatos. (McKee, 1997).

Dentro de las características principales que podemos establecer con base en las premisas estudiadas, podemos deducir que estas técnicas nos permiten experimentar con distintas formas de narración, mejora la adaptabilidad del escritor a diferentes géneros y formatos, fomenta la creatividad al explorar múltiples posibilidades

para contar una historia y finalmente ayuda a encontrar una voz narrativa propia.

Existen diversas formas de aplicar un ejercicio de estilo en Storytelling, dependiendo del enfoque que se quiera trabajar, entre estas formas podemos encontrar las siguientes:

- **Cambio de punto de vista:** una de las formas más comunes de realizar un ejercicio de estilo es a través del cambio de punto de vista, lo que permite alterar la percepción del lector sobre los acontecimientos narrados. Según McKee (1997), la elección del narrador influye en la conexión emocional con la audiencia y en la profundidad del relato. Contar una historia desde distintas perspectivas modifica completamente su significado, además se pueden explorar distintas formas de narrar como las siguientes:
 1. **Narrador en primera persona (Yo):** permite una visión subjetiva e íntima.
 2. **Narrador en segunda persona (Tú):** genera una sensación de interpelación directa.
 3. **Narrador en tercera persona (Él/Ella):** aporta una visión más objetiva y global.
 4. **Narrador omnisciente:** conoce todo lo que piensan y sienten los personajes.
 5. **Narrador testigo:** un personaje secundario cuenta la historia desde su perspectiva.

Para comprender cómo puede cambiar un punto de vista, podemos usar una historia base como ejemplo, consideremos la siguiente situación: “Una mujer recibe una carta inesperada y comienza a llorar.”

A partir de esta historia, podemos explorar diferentes perspectivas, desde el punto de vista de la mujer, podríamos narrar: “Abrí el sobre con manos temblorosas. No podía creer lo que leía. Las lágrimas caían sobre el papel.” Por otro lado, desde la perspectiva de un testigo, la historia podría contarse así: “Vi a la mujer abrir un sobre y, de repente, empezó a llorar. No sé qué decía la carta, pero parecía importante.”

- **Variación de estilo y género:** la transformación de una historia mediante el cambio de género literario o narrativo es otro recurso dentro del ejercicio de estilo. Esto permite explorar cómo el tono, la estructura y los elementos narrativos influyen en la recepción del relato (Vogler, 2007).

La misma historia puede adaptarse a distintos géneros literarios o audiovisuales:

1. **Género de terror:** “La carta parecía escrita con sangre. Su respiración se aceleró mientras las palabras ardían en su mente.”
 2. **Género de comedia:** “Abrió la carta y sus ojos se llenaron de lágrimas. ‘¡Gané la lotería!’ gritó, antes de darse cuenta de que era publicidad falsa.”
 3. **Género de ciencia ficción:** “El mensaje holográfico se proyectó ante sus ojos. ‘Has sido seleccionada para viajar a Marte’. Sus manos temblaban.”
- **Modificación del tiempo narrativo:** el orden cronológico puede alterarse para generar diferentes efectos narrativos:
 1. **Narración lineal:** los eventos suceden en orden temporal lógico.

2. **Narración in medias res:** se comienza en un punto intermedio de la historia y luego se retrocede.
3. **Narración retrospectiva (flashback):** se cuentan hechos pasados que afectan el presente del personaje.
4. **Narración prospectiva (flashforward):** se adelanta un hecho futuro que genera expectativa.

Para comprender mejor las variaciones temporales en las narraciones, podemos utilizar una historia base como ejemplo: “Un hombre entra a una cafetería y pide un café”. Con esta historia, podemos entender la narración retrospectiva, que podría formularse así: “Desde niño, su abuelo le preparaba café cada mañana. Hoy, al entrar a la cafetería, recordó aquel aroma familiar.” Por otro lado, una narración en flashforward podría expresarse de la siguiente manera: “Años después, recordaría ese café como el inicio de todo. Si tan solo hubiera sabido lo que estaba por ocurrir.”

En la presente era digital, los ejercicios de estilo se pueden adaptar a distintos formatos y plataformas. Jenkins (2006) explica que las narrativas en redes sociales requieren adaptación para maximizar la participación del usuario, ya que los medios digitales han transformado la forma en que se cuentan historias, un **ejemplo** que se puede establecer dentro de las redes sociales, puede ser la siguientes:

Publicación en Instagram:

“Recibí un mensaje inesperado. Lo abrí y sentí que el mundo se detenía. Pero mejor les cuento desde el principio...”

Hilo en X:

- Hoy me pasó algo increíble. Les cuento...
- Recibí un mensaje inesperado. Lo abrí con nervios. ¿Era lo que esperaba?

- Bueno, mejor les cuento desde otro punto de vista...

Teniendo en cuenta estos conceptos previos, se puede resaltar que los ejercicios de estilo ayudan a mejorar la capacidad narrativa y a ampliar la creatividad. Algunos de sus principales beneficios incluyen el explorar nuevas formas de contar historias, desarrollar una voz narrativa propia, adaptarse a distintos géneros y medios y finalmente fomentar la experimentación y la innovación.



Importante

Según McKee (1997), el dominio del estilo narrativo es clave para crear historias efectivas y memorables. Experimentar con distintas maneras de contar una historia permite descubrir enfoques únicos y originales.



Actividades de aprendizaje recomendadas

Para consolidar los conocimientos adquiridos hasta el momento, se le invita a desarrollar las siguientes actividades:

1. Elabore una historia breve, con personajes originales, adaptada a un formato digital (hilo de Twitter, historia de Instagram o video corto de TikTok). Posteriormente, ajuste la estructura y el tono de la historia según la plataforma elegida. Finalmente, comparta la historia con la clase y reflexione sobre cómo varía la narrativa en cada formato.

2. Para dar continuidad al desarrollo de su proyecto de la asignatura, diseñe un personaje original basado en un arquetipo clásico.

Nota. Complete las actividades en un documento Word.

3. Realice la siguiente autoevaluación para medir su comprensión de los fundamentos del storytelling.



Autoevaluación 1

Seleccione la opción correcta

1. **¿Cuál es la principal función del storytelling en la comunicación?**
 - a. Transmitir datos de manera objetiva.
 - b. Generar una conexión emocional con la audiencia.
 - c. Evitar la creatividad y centrarse en hechos concretos.
 - d. Seguir una estructura rígida sin adaptaciones.
2. **¿Cuál de los siguientes elementos NO es esencial en una historia?**
 - a. Inicio.
 - b. Desarrollo.
 - c. Desenlace.
 - d. Uso de lenguaje técnico.
3. **En el Storytelling, el “gancho narrativo” se encuentra en:**
 - a. El desenlace de la historia.
 - b. El clímax del conflicto.
 - c. La introducción de la historia.
 - d. El desarrollo del personaje secundario.
4. **El storydoing se diferencia del storytelling porque:**
 - a. Se basa en la acción del público y no solo en la narración.
 - b. Utiliza exclusivamente medios audiovisuales.
 - c. Se enfoca en personajes ficticios sin interacción real.
 - d. Es una técnica utilizada solo en literatura.

5. **¿Qué técnica permite contar una historia desde el pensamiento del personaje, sin necesidad de diálogos?**
- a. Flashback.
 - b. Monólogo interior.
 - c. Narrador omnisciente.
 - d. Historias entrecruzadas.
6. **¿Cuál de las siguientes afirmaciones es FALSA sobre las historias entrecruzadas?**
- a. Son utilizadas en narrativas complejas con múltiples personajes.
 - b. Siguen una sola línea argumental sin cambios.
 - c. Pueden presentar eventos desde distintas perspectivas.
 - d. Se utilizan en cine, series y literatura.
7. **En la narrativa transmedia, la historia se desarrolla en:**
- a. Un solo formato, como el cine o la literatura.
 - b. Diferentes plataformas y formatos, expandiendo la historia.
 - c. Una única línea temporal sin variaciones.
 - d. Contenidos exclusivamente textuales.
8. **El orden cronológico de una historia puede modificarse con recursos como:**
- a. Flashbacks y flashforwards.
 - b. Narración lineal estricta.
 - c. Monólogo interior.
 - d. Descripciones detalladas del escenario.

9. **Verdadero o Falso: la ambientación narrativa solo es importante en historias de fantasía.**
- a. Verdadero.
 - b. Falso.
10. **Verdadero o Falso: un ejercicio de estilo permite explorar diferentes formas de contar una misma historia.**
- a. Verdadero.
 - b. Falso.

Ir a solucionario

Unidad 2.

Análisis



Mi desafío

¿Cómo superará este desafío?

En esta unidad, el resultado del aprendizaje es dominar la estructura narrativa, la construcción de personajes y la creación de historias persuasivas para diferentes formatos y plataformas, para ello deberá ser capaz de utilizar de manera correcta las técnicas de escritura creativa y narrativa persuasiva, para el correcto desarrollo del storytelling. Para lograr este resultado, se desarrollarán diversas actividades que le ayudarán a comprender y utilizar de manera correcta las técnicas de escritura en la creación de contenido.

A través de las siguientes actividades, consolidará su conocimiento sobre las técnicas de escritura creativa y narrativa persuasiva, así como los distintos caminos de la creación en el storytelling.

- Participar en una sesión sincrónica, sobre ejemplos de narrativas influyentes en el cine, la televisión y la literatura.
- Seleccionar dos historias (películas, series, cuentos o videojuegos) y comparar su estructura, desarrollo de personajes y mensaje principal.
- Elaborar un esbozo inicial de su historia y definir el tema, la estructura narrativa, los personajes principales y el conflicto central.

- Mediante un taller virtual, desarrollar ejercicios de escritura creativa, enfocados en la construcción de personajes, desarrollo de diálogos y ambientación.
- Realizar un relato corto original aplicando técnicas de escritura creativa, narrativa persuasiva y construcción de personajes.
- Completar el cuestionario virtual sobre el pensamiento crítico, análisis narrativo y técnicas de escritura creativa.

El desarrollo de estas actividades le permitirá comprender la importancia de las técnicas de escritura creativa y narrativa persuasiva, así como los distintos caminos de la creación para el desarrollo de las historias bajo la técnica del storytelling. Se recomienda una participación activa en los debates y trabajos colaborativos, así como la exploración de recursos digitales y bibliográficos que complementen su aprendizaje.



Semana 3

Resultado de aprendizaje 2. Domina la estructura narrativa, la construcción de personajes y la creación de historias persuasivas para diferentes formatos y plataformas.

Para alcanzar este resultado de aprendizaje se explorarán en profundidad los elementos clave de la creación narrativa, centrándose en la construcción de conflictos, la creación de personajes memorables y realistas, el uso efectivo de diálogos y voz narrativa, y la aplicación de estructuras narrativas lineales y no lineales.

A través del análisis y la práctica de estos elementos, además, se aprenderá a estructurar historias que no solo sean coherentes y envolventes, sino también persuasivas y adaptables, a diferentes formatos. Al finalizar, serán capaces de desarrollar relatos impactantes con personajes complejos y conflictos bien definidos, logrando conectar con la audiencia de manera efectiva.

A lo largo de esta unidad, desarrollarán habilidades clave como la construcción de conflictos y su resolución, comprendiendo cómo las tensiones narrativas generan interés y dinamismo en la historia. También explorarán la creación de personajes memorables y

realistas, aprendiendo a darles profundidad psicológica, motivaciones y evolución dentro del relato.

Otro aspecto esencial será el uso del diálogo y la voz narrativa, elementos que dotan de autenticidad y coherencia a las interacciones y la narración. Finalmente, se abordarán las estructuras narrativas lineales y no lineales, permitiendo experimentar con distintos enfoques en la secuencia de los eventos. A través de este análisis y práctica aplicada, se podrá estar preparado para diseñar historias que sean no solo creativas, sino también impactantes y adaptables a distintos formatos y plataformas narrativas.

2.1. Caminos de la creación

Toda historia sigue un proceso de creación en el que se definen sus elementos fundamentales. Uno de los aspectos clave es la construcción del conflicto, que impulsa la trama y mantiene el interés de la audiencia. Junto a esto, la creación de personajes memorables permite que el lector o espectador se identifique con ellos y siga su evolución a lo largo del relato (McKee, 1997).

Además, el uso adecuado del diálogo y la voz narrativa le da autenticidad y profundidad a la historia. También es importante considerar la estructura narrativa, que puede ser lineal o no lineal, dependiendo del efecto que se quiera lograr. Explorar estos elementos permite desarrollar historias más impactantes y adaptables a distintos formatos y plataformas (Vogler, 2007).

2.1.1. Construcción de conflictos y resolución en las historias

El conflicto es el motor de toda historia. Sin él, no hay tensión, desarrollo ni transformación en los personajes. Un conflicto bien construido mantiene el interés de la audiencia y genera una conexión emocional con los protagonistas. Además, la resolución del conflicto

es clave para cerrar la historia de manera satisfactoria y coherente, el conflicto mantiene algunas características como las siguientes:

- Es el núcleo de la acción y la evolución de los personajes.
- Genera suspenso y mantiene el interés del lector/espectador.
- Puede ser interno (emocional o psicológico) o externo (fuerzas físicas o sociales).
- Se desarrolla en diferentes etapas de la historia hasta llegar a su resolución (Vogler, 2007).

Podemos ejemplificar de mejor manera estos conflictos podemos recordar la película del Rey León (1994), en donde el conflicto central es el enfrentamiento de Simba con su destino y el legado de su padre, lo que combina elementos de conflicto interno (miedo y culpa) y externo (el enfrentamiento con Scar).

Existen distintos tipos de conflictos que pueden utilizarse en una historia, dependiendo de la naturaleza del enfrentamiento, tales como:

- A. **Conflicto interno:** ocurre dentro del personaje y está relacionado con sus emociones, miedos, dudas o dilemas morales. Es común en historias centradas en la transformación psicológica del protagonista.
- B. **Conflicto externo:** se da cuando el protagonista lucha contra una fuerza ajena a él, ya sea otra persona, la sociedad, la naturaleza o una entidad abstracta. Por ejemplo:
 - **Conflicto Persona vs. Persona:** dos personajes con intereses opuestos. Por ejemplo, Harry Potter vs. Voldemort en Harry Potter y la Orden del Fénix (Rowling, 2003).

- **Conflicto Persona vs. Sociedad:** el protagonista lucha contra normas sociales o sistemas opresivos. Por ejemplo, Katniss Everdeen vs. El Capitolio en Los juegos del hambre (Collins, 2008).
- **Conflicto Persona vs. Naturaleza:** el protagonista enfrenta fuerzas naturales incontrolables, como, por ejemplo, el viejo vs. el mar en El viejo y el mar de Ernest Hemingway.
- **Conflicto Persona vs. Destino o Sobrenatural:** el personaje enfrenta una fuerza más grande que él. Por ejemplo, Edipo vs. su destino en Edipo, Rey de Sófocles.

Cada uno cuenta con **fases del conflicto en la narrativa** que es fundamental que usted conozca, mismas que se exponen en la siguiente infografía.

Con los conocimientos previos sobre los conflictos en la narrativa, entendemos que no todas las historias deben tener finales felices, sin embargo, la resolución debe ser coherente con la trama y el desarrollo del personaje. A modo resumen, en la siguiente tabla se presentan las estrategias para una resolución efectiva del conflicto:

Tabla 2

Estrategias para resolución del conflicto

Estrategias para una resolución efectiva del conflicto		
Estrategia	Concepto	Ejemplo
Resolución positiva	El protagonista supera el conflicto y crece como persona.	Toy Story 3, Woody y sus amigos encuentran un nuevo hogar.
Resolución trágica	El conflicto no se resuelve a favor del protagonista, pero deja un mensaje profundo.	Titanic (1997), Jack muere, pero su sacrificio permite que Rose tenga una nueva vida.

Estrategias para una resolución efectiva del conflicto		
Estrategia	Concepto	Ejemplo
Resolución abierta	No se da una respuesta definitiva, permitiendo que el público interprete el final.	Origen (2010), la escena final deja en duda si Cobb sigue soñando o no.

Nota. Beltrán, A, 2025..

Según McKee (1997), un final debe ser satisfactorio en términos narrativos, incluso si deja preguntas abiertas.

Se puede resumir que el conflicto es la esencia del storytelling, ya que, sin él, las historias carecerían de tensión y propósito. A través de la interacción entre conflictos internos y externos, los personajes evolucionan y la trama se desarrolla hasta su desenlace.

La resolución del conflicto, por su parte, es clave para cerrar el relato de manera efectiva, brindando una experiencia memorable al público. Comprender cómo estructurar y resolver conflictos narrativos permitirá crear historias más impactantes, coherentes y adaptadas a diferentes formatos y plataformas (McKee, 1997; Vogler, 2007).

2.1.2. Creación de personajes memorables y realistas

Los personajes son el alma de una historia, un relato puede tener una estructura sólida y un conflicto interesante, pero si los personajes no resultan creíbles o memorables, la audiencia difícilmente se identificará con ellos. Un personaje bien construido debe poseer profundidad, motivaciones claras y una evolución coherente a lo largo de la trama. Los personajes memorables dejan una impresión duradera en la audiencia, ya sea por su complejidad, carisma o conflicto interno. Según McKee (1997), un personaje bien desarrollado debe cumplir con los siguientes elementos:

- **Tener un deseo o motivación clara:** ¿Qué quiere lograr el personaje? ¿Cuál es su objetivo en la historia?

- **Poseer defectos y virtudes:** los personajes realistas no son perfectos; tienen debilidades que los hacen humanos.
- **Evolucionar a lo largo de la historia:** un personaje memorable cambia a partir de sus experiencias y conflictos
- **Conectar con la audiencia:** los lectores o espectadores deben sentirse identificados con sus emociones o dilemas.

Le invito a observar la siguiente tabla sobre los tipos de personajes en una historia:

Tabla 3
Tipos de personajes en una historia

Tipos de personajes en una historia	Definición	Ejemplo
Protagonista	Es el personaje central de la historia, quien impulsa la trama con sus decisiones y conflictos. Puede ser un héroe, un antihéroe o un personaje con matices ambiguos.	Harry Potter en la saga de J.K. Rowling es un protagonista clásico con una evolución clara a lo largo de la historia.
Antagonista	Es quien se opone al protagonista, generando el conflicto principal. No siempre es un villano; puede ser una fuerza, una situación o incluso el propio protagonista.	El Joker en The Dark Knight, quien no cambia, pero transforma a Gotham y a Batman.
Personajes secundarios	Acompañan al protagonista y cumplen funciones clave en la historia, como ser aliados, mentores o incluso generar subtramas.	Sam en El señor de los anillos, quien apoya a Frodo en su misión y tiene su propia evolución dentro de la historia.
Personaje simbólico o temático	Representa una idea o valor dentro de la historia, sin necesariamente ser parte activa del conflicto.	El Cuervo en El Cuervo (1994), un personaje que simboliza la justicia y la venganza.

Nota. Beltrán, A, 2025..

Para crear un personaje realista que empatice con la audiencia y enriquezca la narrativa, es fundamental considerar varios elementos clave como los que se presentan a continuación:

1. **Motivaciones y deseos:** todo personaje debe tener un motivo que impulse sus acciones, sea externa o interna (Vogler, 2007). Por ejemplo, en *Batman Begins* (2005), Bruce Wayne tiene la motivación externa de combatir el crimen en Gotham, pero su motivación interna es lidiar con el miedo y el trauma de la muerte de sus padres.
2. **Arco de transformación:** un personaje realista evoluciona a lo largo de la historia. Existen tres tipos principales de arcos narrativos (McKee, 1997):
 - **Arco positivo:** el personaje aprende y crece.
 - **Arco negativo:** el personaje se corrompe o se destruye.
 - **Arco estático:** el personaje no cambia, pero influye en quienes lo rodean.
3. **Voz y diálogo:** cada personaje debe hablar de una manera que refleje su personalidad, educación y emociones. El diálogo auténtico debe ser coherente con la forma de hablar del personaje, mostrar su estado emocional sin necesidad de explicarlo y evitar la sobreexposición o explicaciones innecesarias. Por ejemplo, el caso de Sherlock Holmes, cuyos diálogos reflejan su inteligencia y arrogancia a la vez.

Por otro lado, debemos resaltar que el desarrollo de personajes profundos es esencial para crear historias que se familiaricen con la audiencia y generen una conexión emocional duradera, ya que un personaje bien elaborado debe tener dimensiones y complejidades que lo hagan sentir real y auténtico, para ello existen algunos métodos clave para lograrlo, como:

A. Cuestionario de personaje: responder preguntas sobre el personaje ayuda a darle mayor profundidad:

- ¿Cuál es su mayor miedo?
- ¿Qué haría en una situación extrema?
- ¿Qué lo motiva a seguir adelante?

Ejemplo: para construir Jack Sparrow en Piratas del Caribe, los creadores definieron detalles como su forma de caminar, sus gestos exagerados y su manera de hablar, creando un personaje inolvidable.}

B. Técnica del iceberg (Hemingway): solo se muestra una parte de la historia del personaje en la narración, pero el escritor conoce mucho más sobre él.

Ejemplo: En El gran Gatsby, la historia de Gatsby se revela poco a poco a través de detalles, en lugar de explicarse directamente.

C. Contradicciones en el personaje: los personajes reales tienen rasgos contradictorios, lo que los hace más humanos.

Ejemplo: El profesor en La Casa de Papel, quien es extremadamente calculador, pero también impulsivo en el amor.



Importante

Crear personajes memorables y realistas requiere entender su psicología, motivaciones y evolución dentro de la historia. Un buen personaje no solo es creíble, sino que también conecta con la audiencia y deja una impresión duradera.

2.1.3. Uso de diálogos y voz narrativa en la historia

El diálogo y la voz narrativa son herramientas esenciales para dar vida a una historia. A través del diálogo, los personajes expresan sus pensamientos, emociones y conflictos, mientras que la voz narrativa establece el tono, la perspectiva y el ritmo del relato. Un uso adecuado de ambos elementos permite que la historia sea más dinámica, natural y envolvente para el lector o espectador.

El diálogo es la interacción verbal entre los personajes dentro de una historia. No solo comunica información, sino que también revela rasgos de personalidad, conflictos internos y dinámicas entre los personajes (McKee, 1997). De este En este punto nacen algunas **funciones del diálogo** en la narrativa como:

- **Desarrollar el carácter de los personajes:** muestra su forma de pensar, sentir y reaccionar ante diferentes situaciones.
- **Impulsar la historia:** un buen diálogo puede avanzar la trama sin necesidad de largas descripciones.
- **Añadir realismo:** simula la manera en que las personas se comunican en la vida real.
- **Generar tensión y conflicto:** puede ser un medio para crear enfrentamientos, malentendidos o revelaciones dramáticas.

El diálogo es una herramienta fundamental en la narrativa que permite a los personajes comunicarse, revelar información y enriquecer la trama, existen varios tipos de diálogos que los creadores utilizan para diferentes propósitos a expresar en el storytelling, a continuación, podrá observar los distintos **tipos de diálogos** en las narrativas.

A. Diálogo directo: es la transcripción literal de lo que dicen los personajes, permitiendo una interacción fluida y realista entre los personajes. Por ejemplo:

—No podemos seguir huyendo —dijo Ana.

—No tenemos opción —respondió Luis.

B. Diálogo indirecto: el narrador resume lo que dijeron los personajes sin citar textualmente, siendo útil para agilizar la narración sin perder información relevante. Ejemplo:

—Ana le dijo a Luis que no podían seguir huyendo, pero él insistió en que no tenían opción.

C. Diálogo subtextual: ocurre cuando los personajes no dicen exactamente lo que piensan, sino que lo insinúan, esto agrega profundidad y tensión emocional a la historia. Por ejemplo:

—¿Te gustó la cena? —preguntó Laura.

—Sí... estuvo interesante —respondió Mario, evitando mirarla.

Según McKee (1997), los diálogos más impactantes son aquellos que contienen subtexto, ya que obligan al lector a leer entre líneas para comprender los verdaderos sentimientos y motivaciones de los personajes.

El uso del diálogo en la narrativa es una herramienta fundamental que puede enriquecer una historia, ya que ayuda al desarrollo de los personajes y aporta en la trama. Sin embargo, es común cometer errores que pueden afectar en la credibilidad y efectividad a la comunicación entre personajes, entre los **errores más comunes** que podemos encontrar al usar el diálogo, están los siguientes:

A. Exposición innecesaria: hacer que los personajes expliquen cosas que ya deberían saber, es decir, por ejemplo:

- **Incorrecto:** “Como sabes, Juan, llevamos 10 años trabajando juntos en esta empresa.”
- **Correcto:** “Diez años aquí... ¿y seguimos en el mismo puesto?”

B. Diálogos demasiado formales o artificiales:

- **Incorrecto:** “Hola, querido amigo. ¿Cómo te encuentras en este hermoso día?”
- **Correcto:** “¿Qué tal, todo bien?”

C. Falta de naturalidad: las personas no siempre hablan con frases completas o perfectas.

D. Uso excesivo de nombres: en la vida real, rara vez repetimos los nombres de las personas con quienes hablamos.

- **Ejemplo incorrecto:**

—María, ¿qué opinas de este lugar?

—Bueno, Pedro, creo que es un buen sitio.

—Sí, María, estoy de acuerdo contigo.

- **Ejemplo correcto:**

—¿Qué opinas de este lugar?

—Me gusta, tiene algo especial.



Importante

La voz narrativa es uno de los elementos más cruciales en la construcción de una historia, ya que determina cómo se presenta la trama y cómo los lectores se conectan con los personajes y los eventos.

La voz narrativa puede influir en el tono, el estilo y la perspectiva de la narración, y puede variar ampliamente según el enfoque y la intención del creador, la voz narrativa es la perspectiva desde la cual se cuenta la historia (Vogler, 2007).

Le invito a observar la siguiente tabla, en donde se profundizará de manera más amplia el presente tema:

Tabla 4

Tipos de voz narrativa

Tipos	Conceptualización	Ejemplo	Ventaja	Desventaja
Narrador en primera persona.	El narrador es un personaje dentro de la historia y cuenta los hechos desde su punto de vista.	“Nunca pensé que aquella noche cambiaría mi vida para siempre.”	Mayor cercanía con el lector, lo cual permite explorar la psicología del personaje.	Visión limitada de los hechos.
Narrador en segunda persona.	El narrador se dirige directamente al lector, como si le hablara a él.	“Sabes que no debiste entrar a ese lugar, pero lo hiciste de todos modos.”	Inmersión del lector en la historia.	Es poco común y difícil de sostener en narraciones largas.

Tipos	Conceptualización	Ejemplo	Ventaja	Desventaja
Narrador en tercera persona.	El narrador es externo a la historia y puede tener diferentes niveles de conocimiento sobre los personajes.	"Ana caminaba bajo la lluvia, sin saber que alguien la observaba desde la esquina."	La objetividad y la versatilidad.	La intrusión en la historia.

Nota. Beltrán, A, 2025..

Según McKee (1997), la elección de la voz narrativa influye en la manera en que la audiencia se conecta con la historia y en la cantidad de información que se le proporciona.

El diálogo y la voz narrativa deben complementarse para crear una experiencia de lectura fluida y envolvente. Algunos aspectos a considerar es que un narrador en primera persona suele tener un estilo de diálogo más personal e introspectivo, en cambio, en una narración en tercera persona omnisciente, los diálogos pueden contrastar con la perspectiva global del narrador.

Además, en el uso de diálogo subtextual puede ser más efectivo en una historia con narrador limitado, ya que obliga al lector a interpretar lo que no se dice explícitamente, para comprender de mejor manera, podemos traer la siguiente ejemplificación:

- Si el narrador es omnisciente, podría describir los pensamientos de un personaje antes de que hable, por ejemplo: "Sabía que su hermano estaba mintiendo. —No me mientas, sé la verdad."
- Si el narrador es limitado, el lector solo verá lo que el personaje dice y hace, por ejemplo: "—No me mientas —dijo, con los puños apretados."

En resumen, el diálogo y la voz narrativa son elementos esenciales en cualquier historia. Un buen diálogo no solo transmite información, sino que también construye a los personajes y sus relaciones. La voz narrativa, por su parte, define la perspectiva desde la que se cuenta la historia y afecta la conexión del lector con los personajes. Dominar estos elementos permite crear relatos más dinámicos, auténticos y envolventes (McKee, 1997; Vogler, 2007).

2.1.4. Narrativas lineales y no lineales

El orden en el que se cuenta una historia influye en la forma en que la audiencia la percibe y experimenta. La narrativa puede seguir una estructura lineal, con eventos organizados en un orden cronológico, o una no lineal, donde los hechos no se presentan de manera secuencial, sino con saltos en el tiempo o múltiples perspectivas (McKee, 1997). A continuación, podemos conocer las características de la narrativa lineal:

- Los hechos se presentan en orden temporal lógico (inicio, desarrollo, desenlace).
- Facilita la comprensión y el seguimiento de la historia.
- Es utilizada en la mayoría de los cuentos, novelas y películas convencionales.

Ahora, para profundizar de mejor manera las ventajas y desventajas del tema de estudio, le invito a observar la siguiente tabla:

Tabla 5
Ventajas y desventajas de la narrativa lineal.

Ventajas	Desventajas
Facilita la comprensión del espectador o lector.	Puede ser predecible si la historia es muy convencional.

Ventajas	Desventajas
Permite un desarrollo progresivo de los personajes.	Menos impacto si se busca sorprender al público.
Es efectiva para narraciones directas y estructuradas.	Puede perder dinamismo si no hay suficiente tensión dramática.

Nota. Beltrán, A, 2025..

La narrativa no lineal rompe con la estructura cronológica tradicional y presenta los eventos en un orden alterado. Puede incluir **flashbacks**, **flashforwards**, historias paralelas o diferentes líneas temporales (Scolari, 2014).

Dentro de este tipo de narrativa podemos encontrar algunas características que la diferencia de la lineal, como por ejemplo que esta no sigue un orden temporal estricto, además puede incluir múltiples perspectivas o saltos en el tiempo y genera mayor intriga y sorpresa en la audiencia.

Estas características se las puede comprender de mejor manera con los siguientes ejemplos:

- **Pulp Fiction (1994):** presenta diferentes historias que se interconectan, pero no siguen un orden cronológico lineal.
- **Memento (2000):** la historia se cuenta en orden inverso, mostrando primero las consecuencias y luego las causas.
- **Rayuela (1963) de Julio Cortázar:** el lector puede elegir distintas órdenes para leer la novela, lo que cambia la percepción de la historia.

La siguiente tabla abarca, de manera eficaz, los tipos de estructuras narrativas del presente tema, revísela con detenimiento:

Tabla 6*Tipos de estructuras narrativas no lineales*

Estructuras narrativas	Conceptualización	Ejemplificación
Flashback	Consiste en una interrupción en la historia para mostrar un evento del pasado que influye en el presente del personaje.	En <i>El Gran Gatsby</i> (Fitzgerald, 1925), el narrador recuerda eventos del pasado de Gatsby para explicar su comportamiento en el presente.
Flashforward	Es lo opuesto al flashback; se adelantan eventos que ocurrirán en el futuro.	En <i>Breaking Bad</i> , hay escenas al inicio de algunos episodios que muestran fragmentos del desenlace antes de revelar cómo se llegó a ese punto.
In medias res	La historia comienza en un punto intermedio, y luego se explica lo que ocurrió antes.	La <i>Ilíada</i> de Homero inicia en el décimo año de la guerra de Troya, en lugar de comenzar desde el inicio del conflicto.
Historias Paralelas	Varias tramas se desarrollan simultáneamente y se cruzan en ciertos momentos de la historia.	<i>Cloud Atlas</i> (2012) presenta diferentes líneas temporales con historias interconectadas.

Nota. Beltrán, A, 2025..

2.1.5. Ejercicios y ejemplos

El aprendizaje del storytelling no solo requiere teoría, sino también práctica constante para desarrollar habilidades narrativas efectivas. Los siguientes ejercicios están diseñados para fortalecer la construcción de conflictos, la creación de personajes memorables, el uso del diálogo y la experimentación con narrativas lineales y no lineales. A través de los [ejercicios y ejemplos](#) expuestos en el siguiente módulo didáctico, se podrán aplicar los conceptos aprendidos y mejorar su capacidad para contar historias de manera impactante y coherente.

Los ejercicios de storytelling permiten aplicar los conceptos teóricos de manera práctica, fortaleciendo la creatividad y la técnica narrativa.

La construcción de conflictos, el desarrollo de personajes, el uso de diálogos efectivos y la experimentación con diferentes estructuras narrativas son habilidades esenciales para cualquier narrador. A través de la práctica constante se podrá perfeccionar su estilo y crear historias más profundas e impactantes (McKee, 1997; Vogler, 2007).



Actividades de aprendizaje recomendadas

A fin de consolidar el aprendizaje, se sugiere llevar a cabo las siguientes actividades:

1. Seleccionar dos narrativas (ya sean cinematográficas, seriales, literarias o lúdicas) y realizar una comparación en cuanto a su estructura, desarrollo de personajes y mensaje primordial.
2. En seguimiento al desarrollo del proyecto del curso, se solicita elaborar un borrador preliminar de la narrativa propia, especificando el tema, la estructura narrativa, los personajes protagónicos y el conflicto central.

Nota. Las actividades deberán ser completadas en un documento de procesamiento de textos.



Semana 4

Resultado de aprendizaje 2. Domina la estructura narrativa, la construcción de personajes y la creación de historias persuasivas para diferentes formatos y plataformas.

La escritura es el puente entre la imaginación y la realidad, y en el ámbito del storytelling, su dominio es esencial para cautivar audiencias y comunicar mensajes de manera efectiva. En esta semana, explorará técnicas avanzadas de escritura creativa y narrativa persuasiva, herramientas fundamentales para la construcción de relatos impactantes. La creatividad y la persuasión serán los pilares, permitiéndonos desarrollar historias que resuenen y dejen huella en la audiencia.

2.2. Técnicas de escritura creativa y narrativa persuasiva

Después de estudiar los diversos caminos para crear y construir historias narrativas dentro del Storytelling, en esta unidad nos centraremos en la importancia de las distintas técnicas de escritura creativa y narrativa persuasivas existentes, mismas que buscan complementar y relacionar los temas tratados con anterioridad, en la creación de historias conmovedoras que transmitan eficazmente el mensaje deseado al público.”

Comprenderemos que la escritura creativa y la narrativa persuasiva son herramientas eficaces para la construcción de historias que cautiven a la audiencia y logren transmitir mensajes con eficacia y entendimiento. Mientras que la escritura creativa permite explorar nuevas estructuras, estilos y recursos literarios para dar vida a una historia, la narrativa persuasiva busca influir en las emociones y pensamientos del público a través de estrategias discursivas.

2.2.1. Tipos de inicio y aperturas ejemplares

El inicio de una historia es uno de los momentos más críticos en la construcción narrativa, ya que define la primera impresión que tendrá el lector o espectador y marca la pauta para el desarrollo de la trama. Un buen comienzo debe captar la atención de inmediato, generar curiosidad y establecer el tono de la historia. Según McKee (1997), el primer acto de cualquier relato debe establecer una conexión emocional con la audiencia, planteando una pregunta implícita que impulse el deseo de continuar la lectura o visualización.

La apertura de una historia no solo introduce a los personajes y el contexto, sino que también establece el ritmo y las expectativas del público. Vogler (2007) explica que los primeros minutos de una historia son fundamentales para definir el tipo de experiencia narrativa que vivirá la audiencia.

Le invito a revisar el siguiente módulo didáctico, para conocer los [tipos de inicio](#).

Un buen inicio es esencial para establecer el tono, la estructura y la conexión emocional con la audiencia. Según McKee (1997), el primer acto de una historia debe generar expectativas y preparar al público para el desarrollo narrativo sin revelar demasiado.

Además, en la narrativa persuasiva, un inicio fuerte puede definir la receptividad del mensaje. En publicidad y marketing, por ejemplo, las

campañas narrativas exitosas utilizan aperturas impactantes que despiertan la curiosidad o generan identificación inmediata con la audiencia (Denning, 2006).

2.2.2. Desarrollo de meta, título y mensaje

El desarrollo de una historia no solo requiere una estructura narrativa sólida, sino también la definición de tres elementos esenciales: la meta, el título y el mensaje. Estos componentes no solo guían la construcción del relato, sino que también influyen en la recepción del público, determinando el impacto emocional y la claridad del mensaje transmitido. Según McKee (1997), una historia efectiva debe estar alineada con una intención clara, un título atractivo y un mensaje poderoso que resuene con la audiencia.

1. La meta narrativa: propósito y dirección de la historia

La meta narrativa es el objetivo principal que persigue una historia, tanto a nivel de trama como en términos de impacto en la audiencia. Se refiere a la finalidad del relato y puede dividirse en dos niveles:

La meta interna dentro de la historia, se relaciona con la motivación del protagonista y el conflicto central de la historia. En la narrativa clásica, el héroe suele tener un objetivo claro que impulsa la trama, como encontrar un tesoro, salvar a alguien o resolver un misterio. Vogler (2007) menciona que esta meta es fundamental dentro del viaje del héroe, pues marca el desarrollo del personaje y la progresión de la historia.

Por otro lado, la meta externa, se la identifica como propósito del narrador y se refiere a la intención del autor o creador al contar la historia. Puede ser informar, entretener, persuadir, generar conciencia o provocar una reflexión en el público. Según Denning (2006), la meta externa define el impacto del storytelling en la audiencia y es clave

en narrativas persuasivas, como en publicidad, cine o literatura con mensajes de crítica social.

Para resumir, sin una meta clara, una historia puede volverse confusa o carecer de propósito. McKee (1997) señala que un relato con una meta bien definida mantiene la coherencia narrativa y facilita la conexión emocional con la audiencia.

2. El título: la primera impresión de la historia

El título es la carta de presentación de una historia y juega un papel crucial en la atracción de la audiencia. Debe ser memorable, relevante y reflejar la esencia de la narración. Según Scolari (2014), el título es una herramienta estratégica en la narrativa transmedia, ya que puede influir en la expansión de la historia en diferentes plataformas, bajo esta premisa podemos encontrar algunos tipos de títulos, como:

- **Títulos descriptivos:** explican directamente el contenido o tema de la historia. Por ejemplo: Crónica de una muerte anunciada (García Márquez, 1981), donde el título revela el desenlace de la trama antes de iniciar la narración.
- **Títulos metafóricos o simbólicos:** utilizan metáforas para generar intriga y profundidad, tal es el caso de El guardián entre el centeno (Salinger, 1951), cuyo significado solo se entiende al avanzar en la lectura.
- **Títulos con nombre propio:** se centran en el protagonista o un personaje clave. Por ejemplo, Drácula (Stoker, 1897), en el que el título representa al personaje central de la historia.
- **Títulos de impacto o sensacionalistas:** buscan atraer al lector con frases llamativas o intrigantes, como por ejemplo: ¿Sueñan los androides con ovejas eléctricas? (Dick, 1968), un título que genera curiosidad y expectativa.

Teniendo en cuenta los diversos tipos de títulos existentes, es fundamental comprender las estrategias clave que complementan el buen desarrollo del storytelling y permiten crear títulos impactantes y efectivos. Un buen título no solo capta la atención del lector, sino que también establece el tono y la dirección de la narrativa. Tome en cuenta que un título debe ser fácil de recordar y pronunciar, debe estar alineado con la historia y su mensaje, y debe ser un título único, ya que genera mayor impacto en el público.



Importante

Según Harvard Business Review (2023), en la narrativa digital y el **marketing**, un título atractivo es crucial para generar engagement, ya que influye directamente en la decisión de la audiencia de consumir o no el contenido.

3. El mensaje: el significado profundo de la historia

El mensaje es la idea o enseñanza central que transmite una historia. Puede estar explícito o implícito, y su impacto depende de la forma en que se integre dentro de la narración.

Le invito a observar la siguiente tabla para profundizar de mejor manera el tema:

Tabla 7

Tipos de mensaje narrativos.

Tipos de Mensajes Narrativos		
Tipos	Definición	Ejemplo
Mensajes Morales o Éticos	Buscan transmitir una enseñanza sobre valores y principios.	En El Principito (Saint-Exupéry, 1943), el mensaje central gira en torno a la importancia de la imaginación y las conexiones humanas.
Mensajes Críticos o Sociales	Cuestionan la realidad o denuncian problemáticas de la sociedad.	Los juegos del hambre (Collins, 2008) plantea una crítica a la desigualdad y el poder autoritario.
Mensajes Inspiradores o Motivacionales	Transmiten optimismo o lecciones de superación.	En busca de la felicidad (Gardner, 2006), basada en una historia real de perseverancia.
Mensajes Simbólicos o Filosóficos	Invitan a la reflexión y pueden tener múltiples interpretaciones.	Matrix (Wachowski & Wachowski, 1999), donde el mensaje sobre la realidad y la libertad es abierto a distintas lecturas.

Nota. Beltrán, A, 2025..

Para construir un mensaje efectivo, debe estar integrado a la historia, ya que un mensaje forzado puede parecer artificial o didáctico, por esta razón, debe ser comprensible, pero profundo, ya que debe conectar con la audiencia a diferentes niveles.

Según Salmon (2007), el storytelling persuasivo es más efectivo cuando el mensaje no es impuesto de manera directa, sino cuando se integra de forma natural en la narrativa, permitiendo que el público lo descubra por sí mismo.

2.2.3. Expansión de historias en múltiples plataformas

En la era digital, la narración ha evolucionado más allá de los formatos tradicionales, permitiendo que las historias se expandan a través de múltiples plataformas de manera estratégica e

interconectada. Este fenómeno, conocido como narrativa transmedia, no solo amplía el alcance de una historia, sino que también potencia la participación de la audiencia. Según Jenkins (2006), una historia transmedia se desarrolla de manera que cada medio aporta una pieza única y valiosa al conjunto, enriqueciendo la experiencia del público y promoviendo la inmersión, valorando este concepto, debemos tener en cuenta las siguientes características de la expansión de historias en plataformas digitales:

- **Narración fragmentada y complementaria:** cada plataforma aporta información adicional a la historia principal sin ser redundante.
- **Interactividad y participación de la audiencia:** se fomenta la participación del público a través de redes sociales, videojuegos o experiencias interactivas.
- **Diferenciación entre medios:** se adapta la historia según las características y ventajas de cada formato (texto, video, audio, experiencias inmersivas, etc.).

Le invito a observar la siguiente tabla para profundizar de mejor manera el tema:

Tabla 8

Tipos de expansión narrativa en múltiples plataformas.

Tipos de Expansión Narrativa en Múltiples Plataformas		
Tipos	Conceptualización	Ejemplificación
Expansión Lineal	Este enfoque traslada la misma historia a diferentes formatos sin alteraciones significativas. Es común en adaptaciones de libros a películas.	La saga Harry Potter y su grabación a diferentes películas.

Tipos de Expansión Narrativa en Múltiples Plataformas		
Tipos	Conceptualización	Ejemplificación
Expansión Transmedia	En este modelo, cada plataforma aporta contenido único, ampliando el universo narrativo.	Star Wars no solo cuenta su historia en películas, sino que expande su universo con series, cómics, y videojuegos que exploran personajes y eventos no incluidos en los filmes (Jenkins, 2006).
Expansión Interactiva	Este modelo permite que la audiencia tome decisiones que influyen en la historia. Es común en videojuegos y experiencias de realidad aumentada.	Black Mirror: Bandersnatch es una película interactiva donde el espectador decide el desarrollo de la trama, creando múltiples narrativas posibles.
Expansión Viral o Social	Las historias se expanden a través de redes sociales con contenido generado por los usuarios.	La serie Stranger Things utiliza campañas en redes sociales, juegos y contenido exclusivo en diferentes plataformas para generar interacción con su audiencia.

Nota. Beltrán, A, 2025..

Para que una historia se expanda con éxito en diferentes medios, es fundamental aplicar estrategias narrativas adecuadas, que logren impactar y llamar la atención del público, mismas que pueden ser:

- 1. Desarrollo de un universo narrativo cohesionado:** según Jenkins (2006), una historia transmedia debe contar con una base narrativa sólida que permita su expansión sin perder coherencia, por ejemplo: Marvel Cinematic Universe (MCU) ha construido un universo cohesionado donde cada película, serie y cómic complementan la historia general.
- 2. Diversificación de contenidos para cada plataforma:** no todos los formatos sirven para contar la historia de la misma manera. Se deben identificar las fortalezas de cada medio y usarlas estratégicamente:

- Películas y series → Narrativa visual y cinematográfica.
- Videojuegos → Interacción y toma de decisiones.
- Redes sociales → Contenido viral y marketing interactivo.
- Podcasts y audiolibros → Narración inmersiva a través del sonido.

Por ejemplo, la franquicia de The Walking Dead tiene cómics, series de televisión, videojuegos y novelas que exploran diferentes personajes y líneas argumentales.

3. Incorporación de la audiencia en la historia: un elemento clave en la expansión narrativa es la participación del público. Esto se logra mediante estrategias como:

- Juegos de realidad alternativa (ARGs) donde los usuarios resuelven acertijos en línea.
- Campañas en redes sociales con desafíos y contenido exclusivo.
- Eventos en vivo o experiencias de realidad virtual para expandir el universo narrativo.

Ejemplo: The Dark Knight (2008) utilizó una campaña ARG donde los fans resolvían acertijos en línea para descubrir contenido exclusivo de la película.

La expansión narrativa no solo amplía el alcance de una historia, sino que también genera ventajas significativas como un mayor **engagement** y fidelización, oportunidades de monetización, creación de comunidades activas, e innovación y experimentación.

La expansión de historias en múltiples plataformas es una estrategia clave en la narrativa contemporánea, permitiendo que las historias alcancen audiencias más amplias e interactivas.

2.2.4. Ejercicios y ejemplos

El dominio de la escritura creativa y la narrativa persuasiva requiere no solo de conocimiento teórico, sino también de la práctica constante. Los ejercicios narrativos ayudan a mejorar la construcción de historias, el desarrollo de personajes, la coherencia estructural y la capacidad de impactar a la audiencia. A través de la experimentación, los escritores pueden encontrar su propio estilo y perfeccionar sus habilidades.

McKee (1997) destaca que “la práctica es la base del Storytelling, ya que permite identificar qué funciona en una historia y qué no”, mientras que Vogler (2007) enfatiza que “el ensayo y error en la escritura permite descubrir patrones efectivos de narración”. a continuación, le invito a observar los siguientes ejercicios para el desarrollo de una historia:

Ejercicio 1. Creación de un Inicio Impactante

Objetivo: desarrollar diferentes tipos de inicio para una misma historia y evaluar su impacto en la audiencia.

Instrucciones:

1. Escoge una premisa básica para una historia (por ejemplo: “Un astronauta queda varado en un planeta desconocido”).
2. Escribe cuatro versiones del inicio utilizando diferentes técnicas:
 - **In media res:** comienza con el astronauta corriendo en medio de una tormenta de arena.
 - **Descriptivo:** describe el paisaje desolador del planeta.

- **Diálogo:** inicia con una conversación entre el astronauta y su inteligencia artificial.
- **Enigmático:** “Los relojes no funcionaban en ese planeta”.

Comparte tus inicios con compañeros o lectores y evalúa cuál genera mayor interés.

Por ejemplo, en 1984 de Orwell (1949), el inicio enigmático “Era un día luminoso y frío de abril, y los relojes daban las trece” genera intriga inmediata al presentar un elemento fuera de lo común.

Ejercicio 2: Definición de meta, título y mensaje

Objetivo: construir los pilares narrativos de una historia.

Instrucciones:

1. Piensa en una historia corta o en una idea para un proyecto narrativo.
2. Define los tres elementos clave:
 - **Meta:** ¿Cuál es el objetivo del protagonista? ¿Qué busca conseguir?
 - **Título:** crea un título atractivo y representativo de la historia.
 - **Mensaje:** ¿Qué idea central deseas transmitir?
3. Redacta un párrafo explicando cómo estos tres elementos se relacionan entre sí. Por ejemplo: En *El Gran Gatsby* (Fitzgerald, 1925) la meta sería que Gatsby quiere recuperar el amor de Daisy, el título hace referencia a la grandeza y la ilusión del protagonista, y el mensaje es la obsesión por el pasado y la decadencia del sueño americano.

Ejercicio 3. Expansión de una historia en múltiples plataformas

Objetivo: diseñar una estrategia transmedia para una historia.

Instrucciones:

1. Escoge una historia existente o crea una nueva.
2. Expande la historia en al menos tres plataformas, asegurándote de que cada uno aporte contenido único, como una novela que presenta la historia principal, cómic que explora el pasado de un personaje secundario, o un videojuego que permite que los jugadores tomen decisiones en el universo narrativo, finalmente explica cómo cada formato enriquece la experiencia general de la historia.

Ejemplo:

El universo de Harry Potter se expandió más allá de los libros con películas, videojuegos, obras de teatro y experiencias de realidad virtual en Pottermore.

Ejercicios 4. Para el desarrollo de personajes “Creación de un Personaje Complejo”

Objetivo: diseñar un personaje con profundidad psicológica y motivaciones claras.

Instrucciones:

1. Escribe una biografía breve de un personaje, incluyendo:
 - Nombre, edad, apariencia física.
 - Pasado y eventos que marcaron su vida.
 - Motivaciones y miedos.

- Relación con otros personajes.
2. Escribe un monólogo interior donde el personaje exprese sus pensamientos en un momento clave. Por ejemplo:

En *Breaking Bad*, Walter White comienza como un hombre común, pero su transformación se basa en su miedo a la mediocridad y su deseo de poder.

Ejercicio 5. Escribir un diálogo con voz única

Objetivo: mejorar la naturalidad y autenticidad en los diálogos.

Instrucciones:

1. Crea un diálogo entre dos personajes con personalidades opuestas (por ejemplo, un detective escéptico y un periodista idealista).
2. Asegúrate de que cada personaje tenga una voz distintiva sin necesidad de descripciones.
3. Lee el diálogo en voz alta para verificar que suene natural.

Ejemplo: en *Pulp Fiction* (Tarantino, 1994), los diálogos definen a los personajes de forma única y memorable, como la conversación de Jules y Vincent sobre la comida en Europa antes de una misión criminal.

Ejercicio 6. Para la narrativa persuasiva, reescritura de un Mensaje Publicitario

Objetivo: aplicar el storytelling en la publicidad.

Instrucciones:

1. Escoge un anuncio publicitario tradicional y reescríbelo en forma de historia breve.

2. Introduce un protagonista, un conflicto y una resolución emocional.
3. Compara el impacto del anuncio original con tu versión basada en storytelling.

Ejemplo: la campaña de Coca-Cola con el lema “Destapa la felicidad” utiliza historias de encuentros emocionales en anuncios visuales para persuadir al consumidor.

Ejercicio 7. Creación de una historia persuasiva

Objetivo: contar una historia con el propósito de convencer o generar una reacción en la audiencia.

Instrucciones:

1. Escribe una historia corta que persuada al lector a adoptar una idea o reflexionar sobre un tema.
2. Utiliza recursos como la empatía, la emoción y la autenticidad.
3. Evalúa cómo la historia logra conectar con la audiencia.

Ejemplo: los discursos de Martin Luther King, como I Have a Dream, combinan storytelling con narrativa persuasiva para transmitir un mensaje poderoso.

La práctica a través de ejercicios narrativos es esencial para mejorar la escritura creativa y la narrativa persuasiva. Desde la creación de personajes hasta la expansión transmedia, estos ejercicios permiten experimentar técnicas y desarrollar un estilo propio (McKee, 1997).



Actividades de aprendizaje recomendadas

Para consolidar los conocimientos adquiridos hasta el momento, se sugiere desarrollar las siguientes actividades:

1. Para avanzar en la elaboración del proyecto de la asignatura, seleccione una historia breve o un libro/película de su preferencia y responda a las siguientes interrogantes:
 - Objetivo: ¿Cuál es la meta del protagonista? ¿Qué lo impulsa a actuar?
 - Título: ¿Cómo refleja la esencia de la narración? ¿Resulta atractivo y pertinente?
 - Mensaje: ¿Qué lección o reflexión se desprende de la historia?

Finalmente, elabore un párrafo que integre estos elementos en una sinopsis concisa, para compartirla con sus compañeros.

2. Cree un personaje original y responda a las siguientes preguntas:
 - Nombre, edad, apariencia.
 - Antecedentes: ¿Qué sucesos han influido en su personalidad?
 - Motivaciones: ¿Qué lo lleva a actuar dentro de la historia?
 - Conflictos internos y externos: ¿Cuáles son sus dilemas?

Una vez respondidas las preguntas, redacte un monólogo interior en el que el personaje manifieste sus reflexiones previas a tomar una decisión crucial.

Nota. Complete las actividades en un documento de Word.

3. Realice la siguiente autoevaluación sobre el pensamiento crítico, el análisis narrativo y las técnicas de escritura creativa.



Autoevaluación 2

Seleccione la opción correcta.

1. **¿Cuál es el propósito principal de la construcción de conflictos en una historia?**
 - a. Introducir personajes secundarios.
 - b. Generar tensión y mantener el interés del público.
 - c. Mostrar la ambientación de la historia.
 - d. Facilitar la narración de los diálogos.
2. **En la narrativa, un personaje memorable debe ser...**
 - a. Infalible y sin errores.
 - b. Un arquetipo sin variaciones.
 - c. Complejo, con motivaciones claras y conflictos internos.
 - d. Siempre el protagonista.
3. **¿Cuál de las siguientes opciones describe una narrativa no lineal?**
 - a. La historia se cuenta en orden cronológico.
 - b. La trama avanza con una estructura clásica de inicio, desarrollo y desenlace.
 - c. Se presentan saltos temporales o diferentes perspectivas que rompen la linealidad.
 - d. Los hechos se cuentan de forma lineal, pero con *flashbacks* esporádicos.

4. **Verdadero o Falso: la estructura narrativa en tres actos es un modelo exclusivo del cine.**
- a. Verdadero.
 - b. Falso.
5. **¿Qué elemento es clave en la construcción de diálogos efectivos?**
- a. Exposición excesiva de información.
 - b. Uso de frases genéricas.
 - c. Reflejar la personalidad y emociones del personaje.
 - d. Evitar el uso de silencios.
6. **¿Cuál es la diferencia principal entre storytelling y storyliving?**
- a. Storytelling es la narración de una historia, mientras que storyliving involucra activamente al usuario en la experiencia.
 - b. Storytelling es para libros y storyliving para videojuegos.
 - c. Storyliving es un término antiguo, reemplazado por storydoing.
 - d. No hay ninguna diferencia entre ambos términos.
7. **Verdadero o Falso: el título de una historia debe ser descriptivo y revelar la trama.**
- a. Verdadero.
 - b. Falso.

- 8. ¿Cuál de las siguientes afirmaciones describe mejor la narrativa transmedia?**
- a. Adaptar una historia a diferentes formatos sin variaciones.
 - b. Expandir la historia en múltiples plataformas, donde cada una aporta contenido único.
 - c. Contar la misma historia en diferentes idiomas.
 - d. Reducir una historia compleja a un solo formato.
- 9. ¿Qué función cumple el mensaje en una historia?**
- a. Entretener al público sin mayor profundidad.
 - b. Ser un elemento opcional sin impacto en la narrativa.
 - c. Transmitir una idea central o enseñanza de la historia.
 - d. Dictar explícitamente la moral de la historia sin permitir interpretación.
- 10. ¿Qué diferencia hay entre una historia expandida en múltiples plataformas y una adaptación tradicional?**
- a. La expansión multiplataforma usa diferentes formatos sin repetir la misma historia.
 - b. La adaptación es superior a la expansión narrativa.
 - c. No hay diferencia, ambos términos significan lo mismo.
 - d. Una adaptación es un formato transmedia por definición.

[Ir a solucionario](#)

Unidad 3.

Intervención



Mi desafío

¿Cómo superará este desafío?

El resultado de aprendizaje de esta unidad es el crear historias innovadoras utilizando estrategias narrativas aplicadas a formatos digitales y transmedia, para ello deberá ser capaz de utilizar de manera correcta las distintas técnicas y trucos para desarrollar una historia. Así como la correcta creación de experiencias narrativas interactivas. Para lograr este resultado, se desarrollarán diversas actividades que le ayudarán a comprender y utilizar de manera correcta las técnicas previstas.

A través de las siguientes actividades, consolidará su conocimiento sobre las técnicas para desarrollar historias y además, formará un conocimiento sólido para la creación de experiencias narrativas interactivas.

- Participar en una sesión sincrónica, sobre los conceptos clave del storytelling transmedia, su diferencia con la narrativa tradicional y ejemplos de su aplicación en diversas industrias.
- Elegir una franquicia transmedia y analizar cómo expande su historia a través de múltiples plataformas.
- Seleccionar el medio o plataforma en la que expandirán su historia (redes sociales, cómic digital, videojuegos, blogs, podcasts, etc.).

- Mediante una mesa redonda virtual, compartir ideas sobre cómo conectar con la audiencia a través del storytelling transmedia.
- Adaptar su relato a una experiencia transmedia, dividiendo la historia en diferentes plataformas.
- Completar el cuestionario virtual sobre los conceptos clave del storytelling transmedia y sus estrategias de aplicación.

El desarrollo de estas actividades le permitirá comprender la importancia de las técnicas para el desarrollo de historias y su influencia en la creación de experiencias narrativas interactivas. Se recomienda una participación activa en los debates y trabajos colaborativos, así como la exploración de recursos digitales y bibliográficos que complementen su aprendizaje.



Semana 5

Resultado de aprendizaje 3. Crea historias innovadoras utilizando estrategias narrativas aplicadas a formatos digitales y transmedia.

Para alcanzar el resultado de aprendizaje de esta unidad, se adentrará en el diseño y desarrollo de relatos que trasciendan los formatos tradicionales y aprovechen el potencial de las plataformas digitales. A lo largo de esta unidad, se explorarán técnicas narrativas avanzadas, como el manejo del tono narrativo, la generación de engagement mediante estrategias interactivas y el uso de deducciones invisibles para enriquecer la experiencia del público.

Además, se trabajará en la personalización de la experiencia del usuario en historias interactivas, permitiendo que las narrativas sean más dinámicas y adaptables a diferentes audiencias. La incorporación de herramientas digitales será fundamental en este proceso, ya que aprenderán a utilizar software especializado para la creación de experiencias narrativas inmersivas y transmedia.

Después de analizar la estructura narrativa, la construcción de personajes y la narrativa persuasiva, en esta tercera unidad nos enfocaremos en la intervención creativa, es decir, en cómo transformar una historia en una experiencia cautivadora y adaptada a formatos digitales e interactivos. Esta etapa se centrará en el uso de técnicas avanzadas para mejorar la calidad del relato, fortalecer el *engagement* del público y personalizar la experiencia narrativa según el medio y la audiencia.

Además, se abordarán estrategias para generar misterio e intriga mediante el juego de las deducciones invisibles, así como técnicas para optimizar la estructura de una historia y hacerla más atractiva en contextos digitales e interactivos.

3.1. Técnicas y trucos para desarrollar una historia

El desarrollo de una historia no solo depende de una buena idea, sino también de la aplicación de técnicas narrativas que la hagan coherente, atractiva y memorable. En este apartado, se explorarán estrategias clave para estructurar una narración efectiva, desde la elección del tono narrativo, que define la atmósfera y el estilo del relato, hasta el uso del juego de las deducciones invisibles, una técnica que permite mantener el interés del público mediante la sugerencia y el misterio.

Además, se presentarán herramientas para mejorar la calidad narrativa, generando un mayor impacto en la audiencia y optimizando la forma en que la historia se comunica en diferentes formatos. A través de estos trucos se aprenderá a potenciar el *engagement* en sus relatos y a construir experiencias narrativas que conecten emocionalmente con el espectador o lector. Con este enfoque, nos adentramos en los elementos esenciales para crear historias innovadoras y persuasivas en la era digital.

3.1.1. El tono narrativo

El tono narrativo es un elemento fundamental en la construcción de una historia, ya que define la actitud, el estilo y la emoción con la que se presenta el relato. Este aspecto no solo influye en la manera en que la audiencia percibe la historia, sino que también determina la conexión emocional que se genera con los personajes y el mensaje transmitido. Según McKee (1997), el tono es el “sello distintivo” de una historia, ya que establece la coherencia en la narrativa y ayuda a construir una identidad única para el relato.

Según Vogler (2007), el tono narrativo debe ser coherente con el género, el propósito de la historia y la audiencia a la que está dirigida. Un tono bien definido ayuda a establecer expectativas claras y a mantener la inmersión en la narrativa.

Le invito a revisar la siguiente infografía, para conocer los [tipos de tono narrativo](#) que puede encontrar.

Para construir un tono narrativo sólido, es fundamental considerar varios elementos como:

- **Elección del lenguaje:** un tono formal utiliza palabras elaboradas, mientras que un tono coloquial emplea un lenguaje más natural y cercano.
- **Punto de vista narrativo:** la perspectiva del narrador influye en la percepción del tono (primera persona para intimidad, tercera persona para objetividad).
- **Ritmo de la narración:** un tono acelerado puede transmitir tensión y urgencia, mientras que un tono pausado fomenta la reflexión.
- **Uso de recursos literarios:** la metáfora, la ironía, la hipérbole y el sarcasmo ayudan a definir el tono en función del objetivo narrativo.

Según Denning (2006), un tono bien definido no solo mejora la calidad de la historia, sino que también fortalece la experiencia del espectador o lector, haciéndola más inmersiva y memorable.

La elección del tono narrativo dependerá del tipo de historia, el público objetivo y el propósito del relato. Para definir un tono adecuado, es recomendable analizar la emoción principal de la historia (¿es un drama intenso o una comedia ligera?), considerar el medio en el que se contará la historia (cine, literatura, redes sociales, videojuegos, etc.), tener en cuenta la audiencia (un tono solemne puede no ser adecuado para una historia juvenil, por ejemplo), y mantener coherencia en toda la narración, evitando cambios abruptos de tono sin justificación narrativa.



Importante

En la era digital, donde las historias se expanden en múltiples plataformas, el tono narrativo es crucial para mantener la coherencia en los diferentes medios. Según Scolari (2014), la narrativa transmedia requiere que el tono se adapte a cada plataforma sin perder la identidad de la historia.

En resumen, el tono narrativo es un elemento fundamental en la construcción de cualquier historia, ya que determina su impacto emocional y la forma en que será percibida por la audiencia. Desde el tono solemne de una épica hasta el tono cómico de una sátira, cada elección estilística influye en la conexión del espectador con el relato.

3.1.2. El juego de las deducciones invisibles

El juego de las deducciones invisibles es una técnica narrativa que consiste en dejar pistas sutiles en la historia sin revelarlas explícitamente, permitiendo que el lector o espectador saque sus propias conclusiones. Este método fomenta una experiencia más inmersiva, ya que involucra activamente a la audiencia en la construcción del significado de la historia. Según McKee (1997), la narrativa más poderosa es aquella que hace que el público descubra las verdades de la historia en lugar de simplemente entregárselas.

Esta estrategia es utilizada en diversos géneros, desde el misterio hasta la ciencia ficción y el drama psicológico. También es clave en la narrativa transmedia, donde la información se dispersa en múltiples plataformas, obligando a los seguidores a conectar las piezas por sí mismos (Scolari, 2014).

Para implementar esta técnica de manera efectiva, es necesario utilizar ciertos **elementos narrativos** que permitan sugerir información sin explicarla abiertamente, los cuales se exponen en la siguiente infografía.

En la era digital, el uso de esta técnica se ha vuelto esencial en la narrativa transmedia, donde las historias se expanden en múltiples plataformas y el público debe recopilar información dispersa para comprender la historia en su totalidad, por ejemplo: *Stranger Things* no solo se desarrolla en la serie de Netflix, sino que contiene pistas ocultas en cómics, videojuegos y redes sociales, incentivando a los fans a investigar más allá del contenido principal.

Según Jenkins (2006), la narrativa transmedia permite que la audiencia se convierta en “detectives narrativos”, explorando diferentes plataformas para descubrir nuevas piezas del rompecabezas.

El juego de las deducciones invisibles ofrece múltiples beneficios: fomenta la participación activa del público, genera experiencias más profundas y significativas, aumenta el valor de relectura o revisión de la historia y permite contar narrativas más complejas sin necesidad de sobreexplicaciones.

El juego de las deducciones invisibles es una de las estrategias más efectivas para lograr una historia envolvente y profunda. Al evitar la exposición excesiva y permitir que la audiencia descubra detalles ocultos, se genera un mayor impacto narrativo.

3.1.3. Cómo mejorar la historia: estrategias para generar engagement

El engagement o compromiso emocional con una historia es uno de los objetivos principales del storytelling. Se refiere a la capacidad de un relato para captar la atención del público y generar una conexión profunda, ya sea a nivel intelectual, emocional o sensorial. Según McKee (1997), una historia efectiva es aquella que mantiene a la audiencia involucrada en cada momento, despertando su curiosidad y fomentando su participación activa en el desarrollo narrativo.

En la era digital, donde la competencia por la atención del público es intensa, mejorar una historia para aumentar su engagement es clave para su éxito. Desde técnicas de escritura hasta estrategias transmedia, existen diversas maneras de hacer que un relato sea más inmersivo y atractivo, mismo que se lo puede lograr a través de:

- **Conexión emocional:** el lector o espectador debe sentir empatía con los personajes o la trama.
- **Curiosidad e intriga:** la historia debe generar preguntas que motiven al público a seguir explorándola.
- **Participación activa:** en narrativas transmedia e interactivas, el público debe sentirse parte del relato.

- **Satisfacción narrativa:** un buen desenlace o un desarrollo inesperado pueden reforzar la inmersión en la historia.

Según Denning (2006), una historia efectiva “no solo informa, sino que transforma al público, llevándolo a sentir, reflexionar o actuar en función de lo narrado”. Por tanto, en el siguiente módulo didáctico se exponen las [estrategias clave para mejorar una historia](#).

El storytelling digital ha transformado la forma en que se cuenta una historia. La interactividad y la personalización han llevado el *engagement* a otro nivel, para comprender de mejor manera esta sección, podemos ejemplificar con el caso de Black Mirror: Bandersnatch (Netflix, 2018) en donde permite que el espectador tome decisiones que afectan la trama, aumentando su compromiso con la historia.

Para optimizar el desarrollo de la historia, es valioso considerar las siguientes herramientas digitales que aportan de buena manera en la producción del engagement:

- **Redes sociales:** creación de contenido narrativo en plataformas como TikTok o Instagram.
- **Juegos de Realidad Alternativa (ARGs):** narrativas que se desarrollan en múltiples medios y requieren la participación del público.
- **Podcasts narrativos:** uso del audio para contar historias de forma inmersiva.

Lograr un buen engagement es importante para alcanzar el éxito de cualquier contenido a crear, sin embargo, existe una tendencia a cometer errores que pueden disminuir significativamente la participación y el interés del público, como la exposición excesiva, personajes planos (sin conflictos internos o evolución), ritmo

irregular (historias demasiado lentas o rápidas), y final predecible (no sorprender o generar impacto).

En sí, el engagement es la clave para que una historia sea recordada y apreciada. Mediante el desarrollo de personajes memorables, el uso del suspenso, la implementación de narrativas interactivas y el aprovechamiento del lenguaje sensorial, una historia puede volverse más inmersiva y atractiva.

3.1.4. Personalización de la experiencia del usuario en historias interactivas

La personalización de la experiencia del usuario en historias interactivas es una de las estrategias más efectivas para aumentar el engagement y la inmersión del público en una narrativa. A diferencia de las historias tradicionales, en las narrativas interactivas el usuario no es un espectador pasivo, sino que participa activamente en el desarrollo de la trama, tomando decisiones que afectan el curso de la historia y moldean su desenlace.

En la era digital, donde el contenido es altamente dinámico y adaptativo, la personalización narrativa permite a los creadores diseñar experiencias más inmersivas, atractivas y significativas para el público. Según Jenkins (2006), la narrativa interactiva fomenta un nuevo tipo de relación entre el creador y el consumidor, convirtiéndolo a este último en un coautor de la historia.



Importante

Según Scolari (2014), la personalización narrativa es clave en la era digital, ya que permite a los usuarios vivir experiencias únicas, lo que aumenta su inmersión y compromiso con la historia.

Existen diferentes niveles de personalización en historias interactivas, dependiendo del grado de control que el usuario tiene sobre la narrativa, como las que podemos interpretar a continuación:

- A. Personalización basada en lecciones:** el usuario toma decisiones clave que afectan el desarrollo de la historia, por ejemplo, en *Black Mirror: Bandersnatch* (Netflix, 2018), el espectador elige el camino que sigue el protagonista, afectando el desenlace.

Su aplicación se basa en diseñar múltiples rutas narrativas basadas en decisiones, e implementar consecuencias realistas para cada elección.

- B. Personalización basada en datos del usuario:** la historia se adapta según las preferencias o el comportamiento del usuario, como el caso de plataformas como Spotify y Netflix usan algoritmos para recomendar contenido personalizado.

Para aplicarlo, usar encuestas o interacciones previas para adaptar la narrativa, e implementar inteligencia artificial para predecir preferencias del usuario.

- C. Personalización basada en interacción física o sensorial:** la historia responde a acciones del usuario en tiempo real, ya sea

a través de realidad virtual, sensores o interfaces táctiles, como las experiencias de realidad virtual como Half-Life: Alyx (2020), el usuario interactúa físicamente con el entorno narrativo.

Su aplicación se basa en usar realidad aumentada o virtual para generar experiencias inmersivas, e implementar interfaces hápticas o de movimiento.

La personalización en las narrativas interactivas ofrece múltiples beneficios: permite una mayor inmersión del usuario al adaptar la historia a sus preferencias, brinda una experiencia única que diferencia cada interacción, fomenta la rejugabilidad, al ofrecer distintas opciones y caminos que explorar, y genera una mayor conexión emocional al hacer que el usuario sienta que sus decisiones tienen un impacto significativo en el desarrollo de la trama.

Según Denning (2006), la clave del storytelling efectivo en la era digital es darle al usuario la sensación de que su participación es esencial para el desarrollo de la historia.

Tabla 9
Aplicación de la personalización en diferentes formatos y herramientas para crear historias Interactivas personalizadas

Aplicación	Herramientas
En Videojuegos: The Witcher 3 permite que las decisiones del jugador afecten el mundo del juego y el destino de los personajes.	Twine: Plataforma para crear historias interactivas basadas en texto.
En Literatura Interactiva: Elige tu propia aventura, una serie de libros donde el lector decide cómo avanza la historia.	Ink by Inkle: Herramienta utilizada para desarrollar narrativas ramificadas en videojuegos.
En Publicidad y Marketing: Campañas de storytelling digital que adaptan la narrativa según la interacción del usuario.	Unity y Unreal Engine: Motores gráficos para diseñar experiencias interactivas avanzadas.

Aplicación	Herramientas
En Realidad Virtual y Aumentada: Experiencias como The VOID ofrecen historias inmersivas donde el usuario se mueve físicamente dentro del relato.	Chatbots y IA Narrativa: Uso de inteligencia artificial para generar respuestas personalizadas en historias interactivas.

Nota. Beltrán, A, 2025..

Para mejorar la personalización en la narrativa y crear experiencias más inmersivas y conectadas emocionalmente con el espectador, es útil practicar con ejercicios específicos como los siguientes:

- Crear una historia corta con al menos tres finales diferentes dependiendo de las decisiones del usuario.
- Diseñar un diálogo en el que el lector pueda elegir respuestas y obtener distintos desenlaces.
- Escribir una sinopsis de un videojuego donde el jugador tome decisiones que afecten la historia.

Como pudo observar, la personalización en historias interactivas ha revolucionado la manera en que el público consume y participa en las narrativas. Desde videojuegos hasta campañas de marketing y literatura digital, la posibilidad de que el usuario influya en la historia genera mayor inmersión y *engagement*.



Actividades de aprendizaje recomendadas

Con el propósito de consolidar los conocimientos adquiridos, se proponen las siguientes actividades complementarias:

1. Elabore un guion breve de dos páginas para un cortometraje, cómic o animación. Este guion deberá incorporar un giro

narrativo inesperado que modifique la interpretación de la historia. Se sugiere seguir una estructura que comprenda: planteamiento, desarrollo, giro argumental y desenlace.

2. Seleccione una franquicia transmedia y efectúe un análisis de cómo se expande su narrativa a través de diversas plataformas.
3. Para dar continuidad al proyecto de la asignatura, determine el medio o plataforma en el cual se extenderá la historia (redes sociales, cómic digital, videojuegos, *blogs*, *podcasts*, entre otros).

Nota. Complete las actividades en un documento de Word.



Semana 6

Resultado de aprendizaje 3. Crea historias innovadoras utilizando estrategias narrativas aplicadas a formatos digitales y transmedia.

Después de explorar las técnicas y trucos fundamentales para desarrollar una historia impactante, en esta nueva sección nos enfocaremos en la creación de experiencias narrativas interactivas. La evolución del storytelling en entornos digitales ha permitido que las historias trasciendan la estructura lineal tradicional, dando paso a narrativas en las que el usuario participa activamente y moldea el desarrollo de la trama.

3.2. Creación de experiencias narrativas interactivas

Las narrativas interactivas permiten que el usuario deje de ser un espectador pasivo y se convierta en parte activa de la historia. A través de la toma de decisiones, la exploración de múltiples caminos y el uso de plataformas digitales, estas experiencias ofrecen un nivel de inmersión y personalización sin precedentes. En este apartado, exploraremos cómo diseñar historias interactivas, los distintos enfoques narrativos y las herramientas tecnológicas que potencian la participación del usuario en la construcción del relato.

3.2.1. Descubre tu estilo: estilo psicológico, informativo, poético, historiador abogado

El storytelling no solo se define por la estructura de la historia, sino también por el estilo narrativo que se utiliza para contarla. El estilo es el sello personal del narrador y determina la forma en que se transmite la información, el tono de la historia y la manera en que se conecta con la audiencia.

Elegir un estilo narrativo adecuado es esencial para crear experiencias narrativas interactivas que resulten impactantes y significativas. Según McKee (1997), el estilo narrativo debe alinearse con el propósito de la historia y con la manera en que se quiere involucrar al usuario en el relato. En el siguiente módulo didáctico se explorarán [tipos de estilos narrativos](#) que pueden aplicarse en narrativas interactivas, desde psicológico hasta abogado.

Descubrir el estilo narrativo adecuado es fundamental para construir experiencias interactivas efectivas. Desde el tono introspectivo del estilo psicológico hasta la estructura persuasiva del estilo abogado, cada enfoque aporta una dimensión única a la historia.

3.2.2. Herramientas digitales para la creación de narrativas

La evolución del storytelling en la era digital ha llevado a la creación de herramientas tecnológicas que permiten diseñar y desarrollar historias de manera innovadora e interactiva. Estas herramientas brindan a los narradores múltiples posibilidades para estructurar relatos, integrar contenido multimedia y personalizar la experiencia del usuario.

Según Scolari (2014), la narrativa digital ha transformado el modo en que se cuentan las historias, permitiendo que el usuario participe activamente en el desarrollo de la trama a través de decisiones y exploraciones interactivas. Las herramientas digitales han facilitado

este proceso al proporcionar plataformas que permiten estructurar historias de forma ramificada, integrar elementos visuales y generar experiencias transmedia.

Le invito a observar la siguiente tabla sobre las “Herramientas para Escritura de Narrativas Interactivas”

Tabla 10

Herramientas digitales para la creación de narrativas interactivas.

Herramientas para Escritura de Narrativas Interactivas			
Herramienta	Conceptualización	Aplicación en Storytelling	Enlace
Twine	Herramienta de código abierto que permite diseñar narrativas ramificadas a través de hipertexto.	Ideal para diseñar cuentos interactivos, novelas gráficas y simulaciones narrativas.	https://twinery.org/
Scrivener	Aplicación de procesamiento de textos y gestión de proyectos diseñada específicamente para escritores de todo tipo, permiten estructurar y gestionar documentos extensos y complejos	Herramienta ideal para escritores profesionales, académicos y guionistas que requieren un entorno organizado para desarrollar sus textos	https://www.literatureandlatte.com/verview

Herramientas para Escritura de Narrativas Interactivas			
Herramienta	Conceptualización	Aplicación en Storytelling	Enlace
Final Draft	Software especializado en la escritura de guiones para cine, televisión y teatro. Es ampliamente reconocido en la industria audiovisual debido a su capacidad para formar automáticamente los guiones de acuerdo con los estándares profesionales	Utilizada por guionistas, directores y productores para desarrollar guiones de cine y televisión.	https://www.finaldraft.com
Canva	Plataforma en línea de diseño gráfico que permite crear una variedad de materiales visuales, como presentaciones, infografías, carteles y contenido para redes sociales.	Utilizada por diseñadores, profesionales del marketing, educadores y emprendedores para la creación rápida y efectiva de contenido visual	https://www.canva.com/

Nota. Beltrán, A, 2025..

Además, las narrativas transmedia requieren herramientas que permitan la integración de múltiples formatos y plataformas para expandir la historia (Scolari, 2014), como las que se presentan a continuación:

- **Conducttr**: es una plataforma diseñada para la creación de experiencias interactivas y transmedia, integrando contenido en diferentes medios como redes sociales, videojuegos y campañas inmersivas (Jenkins, 2006).

- **Racontr:** permite desarrollar narrativas interactivas combinando video, imágenes y texto, lo que facilita la creación de documentales interactivos y reportajes multimedia (Denning, 2006).

Por otro lado, las narrativas visuales han encontrado en el medio digital nuevas formas de interacción y animación (Jenkins, 2006), como las herramientas para creación de cómics y novelas gráficas digitales:

- **Pixton:** es una plataforma que permite la creación de cómics digitales sin necesidad de habilidades avanzadas de dibujo, facilitando la narración visual en formatos educativos y creativos (Denning, 2006).
- **Webtoon Canvas:** es una plataforma que permite publicar cómics digitales en formato de desplazamiento vertical, facilitando su distribución en línea y el acceso a una audiencia global (Jenkins, 2006).

Es importante mencionar que, la Realidad Virtual (VR) y Aumentada (AR) han transformado el storytelling al permitir experiencias inmersivas en entornos digitales (McKee, 1997). Para ello, la herramienta **Unity** es un motor gráfico utilizado en el desarrollo de videojuegos y experiencias interactivas en VR/AR, proporcionando herramientas avanzadas para la creación de mundos narrativos envolventes (Jenkins, 2006).



Video

En sí, el storytelling digital ha evolucionado significativamente gracias al uso de herramientas que facilitan la creación de

historias interactivas, transmedia y visuales en múltiples plataformas. Desde software de escritura narrativa como Twine e Ink hasta motores gráficos como Unity, estas herramientas ofrecen infinitas posibilidades para narrar historias de manera innovadora y cautivadora.

Para conocer cómo utilizar las herramientas Twine, Scrivener, Final Draft y Canva en la creación de narrativas, observe los siguientes videos:

[Juegos de narrativa interactiva - TUTORIAL de TWINE](#)

[Cómo usar SCRIVENER, un software para ESCRITORES](#)

[Tutorial de guion Final Draft 12](#)

[Canva - Narrativa en formato de Video](#)

3.2.3. Ejercicios y ejemplos

La práctica es fundamental para perfeccionar la creación de experiencias narrativas interactivas. A través de ejercicios, se puede experimentar con diferentes estructuras, estilos narrativos y herramientas digitales para desarrollar historias que cautiven al usuario y fomenten su participación. Según McKee (1997), la única manera de construir una historia efectiva es mediante la experimentación y la revisión constante, asegurando que cada elemento narrativo funcione de manera cohesiva.

Le invito a revisar el siguiente módulo didáctico para conocer [ejercicios y ejemplos](#).

Estos ejercicios le permitirán experimentar con distintas formas de narración interactiva, explorando herramientas digitales y estrategias narrativas innovadoras. La clave para dominar el storytelling interactivo es la práctica continua y la experimentación con diferentes formatos y estilos (McKee, 1997; Jenkins, 2006).



Actividades de aprendizaje recomendadas

Para consolidar los conocimientos adquiridos hasta el presente, se le invita a desarrollar las siguientes actividades:

1. Seleccione una historia original o una ya existente y diseñe una estrategia transmedia en la que la narrativa se expanda a través de al menos tres medios distintos (por ejemplo, un videojuego, una cuenta de Twitter y un pódcast).
2. Observe el siguiente video [Cómo usar SCRIVENER, un software para ESCRITORES](#) y cree un nuevo proyecto tipo “Fiction – Short Story” y redacta una breve sinopsis (máximo 80 palabras) de una historia original o ya trabajada, tomando en cuenta lo siguiente:
 - Organiza la estructura narrativa en tres actos (Inicio, Nudo y Desenlace) usando carpetas en el panel izquierdo y, dentro de cada una, escribe al menos una escena breve.
 - Accede al modo Corkboard para visualizar las escenas como tarjetas y añade una descripción corta a cada una.
 - Finalmente, explora el panel Inspector y agrega una nota o etiqueta a alguna escena.

Nota. Complete las actividades en un documento de Word.

3. Complete la autoevaluación sobre los conceptos clave del storytelling transmedia y sus estrategias de aplicación.



Autoevaluación 3

Seleccione la opción correcta.

1. **¿Cuál es el propósito principal de la narrativa interactiva?**
 - a. Informar al público de manera objetiva.
 - b. Crear historias con finales fijos y sin interacción.
 - c. Permitir que el usuario participe activamente en el desarrollo de la historia.
 - d. Reducir la importancia del guion en una historia.

2. **¿Cuál de los siguientes estilos narrativos se enfoca en la mente y emociones del personaje?**
 - a. Informativo.
 - b. Poético.
 - c. Psicológico.
 - d. Historiado.

3. **Verdadero o Falso: en una narrativa transmedia, la misma historia se cuenta exactamente igual en todas las plataformas.**
 - a. Verdadero.
 - b. Falso.

4. **¿Cuál de las siguientes herramientas se usa para crear historias interactivas basadas en hipertexto?**
 - a. Twine.
 - b. Conducttr.
 - c. Unity.
 - d. Webtoon Canvas.

5. **¿Qué característica define a la narrativa ramificada?**
- a. Se basa en un solo camino fijo.
 - b. Permite que el usuario tome decisiones que afectan la historia.
 - c. Usa únicamente elementos visuales para narrar.
 - d. No incluye interacción del usuario.
6. **Verdadero o Falso: un videojuego puede ser considerado una experiencia narrativa interactiva.**
- a. Verdadero.
 - b. Falso.
7. **¿Cuál de los siguientes elementos es esencial para una historia transmedia?**
- a. Que todas las plataformas repitan la misma historia.
 - b. Expansión de la historia en diferentes formatos y medios.
 - c. Que solo se cuente en redes sociales.
 - d. Que no haya interacción del usuario.
8. **¿Qué herramienta se utiliza para crear diálogos interactivos en videojuegos y aplicaciones?**
- a. Webtoon Canvas.
 - b. Pixton.
 - c. Ink by Inkle.
 - d. Racontr.
9. **¿Final Draft es un software que permite la creación de guiones con formato profesional?**
- a. Verdadero.
 - b. Falso.

10. Scrivener es un software principalmente utilizado para:

- a. Edición de fotos.
- b. Desarrollo web.
- c. Escritura y gestión de proyectos literarios.
- d. Diseño gráfico.

[Ir a solucionario](#)

Unidad 4.

Síntesis



Mi desafío

¿Cómo superará este desafío?

En esta unidad, el resultado del aprendizaje es integrar y evaluar de forma crítica los conocimientos y técnicas narrativas aprendidas, consolidando la capacidad para diseñar y presentar proyectos narrativos completos y efectivos. Para ello, desarrollará una serie de actividades que le permitirán terminar e integrar de manera correcta historias a diferentes formatos y medios, así como consolidar conocimientos y experiencias para la construcción de proyectos storytelling persuasivos e impactantes para el público.

Para lograr este resultado, deberá completar las siguientes actividades:

- Participar en una sesión sincrónica, sobre los casos de éxito en storytelling dentro del cine, la televisión, el marketing y las redes sociales.
- Seleccionar un caso exitoso de storytelling en cine, televisión o marketing y realizar un análisis crítico sobre su estructura narrativa, impacto en la audiencia y estrategias de *engagement*.
- Realizar una reflexión sobre cómo el storytelling influye en la creación de contenido y en su propio desarrollo como narradores visuales.

- Mediante un foro de discusión en línea, compartir su visión sobre el futuro del storytelling en la industria audiovisual.
- Realizar un ensayo sobre el impacto del storytelling en la industria audiovisual y su aplicación en la creación de contenido digital.

A través de estas actividades, desarrollará una base conceptual sólida sobre cómo terminar las historias que llamen la atención del público y su importancia para la construcción de un proyecto storytelling. Es recomendable que aproveche los recursos bibliográficos proporcionados, participe activamente en los espacios de debate y gestione adecuadamente su tiempo para completar las actividades en los plazos establecidos. De este modo, garantizará un aprendizaje significativo que le permitirá avanzar con éxito en el curso.



Semana 7

Resultado de aprendizaje 4. Integra y evalúa de forma crítica los conocimientos y técnicas narrativas aprendidas, consolidando la capacidad para diseñar y presentar proyectos narrativos completos y efectivos.

Para alcanzar el resultado de aprendizaje de esta unidad, se integrarán y evaluarán de manera crítica los conocimientos adquiridos a lo largo del curso mediante la aplicación práctica de técnicas narrativas en la creación de un proyecto final de Storytelling. A través del estudio de estrategias para la integración de la historia, se abordarán aspectos clave como los tipos de finales y el análisis de casos exitosos en diversos medios, lo que permitirá comprender cómo estructurar narrativas efectivas.

Posteriormente, en la construcción del proyecto de Storytelling, adaptarán sus historias a diferentes formatos y medios, aplicando criterios de coherencia, impacto y creatividad. Este proceso incluirá la evaluación y retroalimentación del trabajo final, fomentando la capacidad crítica y reflexiva en la toma de decisiones narrativas. Con el uso de herramientas digitales y ejercicios prácticos, se consolidará la habilidad de diseñar y presentar historias completas y efectivas en distintos entornos profesionales.

Después del estudio y conocimiento de las diversas técnicas y trucos que existen para desarrollar historias dentro del storytelling, la presente unidad representa la etapa final del proceso de aprendizaje, en la que consolidarán y aplicarán de manera integral las técnicas narrativas adquiridas a lo largo del curso.

En esta fase, el enfoque estará en la evaluación crítica y la perfección de las historias, asegurando que cada narrativa cuente con una estructura sólida, coherente y efectiva. Se trabajará en la integración de los distintos elementos narrativos, desde la construcción del conflicto hasta el desenlace, con especial énfasis en la adaptación de historias a diferentes formatos y medios.

Además, se analizarán casos de éxito en Storytelling, permitiendo a los estudiantes identificar estrategias aplicables a sus propios proyectos. A través de ejercicios prácticos, evaluación y retroalimentación, esta unidad brindará las herramientas necesarias para que los participantes puedan diseñar, presentar y defender sus propuestas narrativas con un enfoque profesional y estratégico.

4.1. Cómo integrar la historia

El presente tema se centra en la fase final del proceso narrativo, donde consolidarán los elementos clave de su historia para lograr una estructura cohesiva y efectiva. La integración de la historia implica no solo unir las distintas partes de la narrativa de manera fluida, sino también garantizar que cada componente (Personajes, conflicto, desarrollo y desenlace) cumpla un propósito dentro del relato y genere el impacto deseado en la audiencia.

Para ello, se explorarán estrategias avanzadas, como el uso de distintos tipos de finales, técnicas de cierre narrativo y la aplicación de recursos que refuerzan la coherencia y el *engagement*.

4.1.1. Trucos finales

En la etapa de cierre de una historia, es crucial aplicar estrategias narrativas que permitan consolidar el impacto emocional y estructural del relato. Los “trucos finales” en Storytelling son técnicas avanzadas que ayudan a reforzar la coherencia de la historia, generar un desenlace memorable y maximizar la conexión con la audiencia. A continuación, se presentan algunos de los recursos más efectivos para lograrlo:

- A. Coherencia y resolución narrativa:** uno de los aspectos fundamentales en el cierre de una historia es la coherencia interna. Un buen final debe responder a los conflictos planteados previamente y evitar inconsistencias o cabos sueltos innecesarios (McKee, 1997).
- B. Impacto emocional y resonancia en la audiencia:** el final de una historia es lo que el público recordará con mayor intensidad. Para generar impacto, se pueden utilizar diversas estrategias, como:
- **Final sorpresa o giro inesperado:** una revelación que cambia la percepción de la historia, pero que sigue siendo lógica dentro del universo narrativo (Vogler, 2007).
 - **Final abierto:** deja espacio para la interpretación del espectador, lo que genera debate y reflexión (Denning, 2006).
 - **Final cíclico:** la historia vuelve al punto de partida con un nuevo significado, reforzando un mensaje o una transformación en los personajes (Salmon, 2007).
 - **Final poético o simbólico:** utiliza metáforas visuales o narrativas para reforzar el tema central de la historia (Scolari, 2014).

- C. Resolución de personajes y desarrollo de arco narrativo:** un final efectivo debe considerar el cierre del arco de transformación de los personajes. Según Vogler (2007), cada protagonista debe haber experimentado un cambio significativo a lo largo de la historia, lo que se traduce en una evolución psicológica o emocional.
- D. Uso de la narrativa transmedia en los finales:** en el contexto digital, muchas historias se expanden más allá de un solo medio, permitiendo que el final se complemente con otros formatos. Jenkins (2006) explica que la narrativa transmedia permite que una historia continúe en plataformas adicionales, como redes sociales, videojuegos o experiencias interactivas.
- E. Evaluación del impacto del final:** antes de finalizar el proceso creativo, es recomendable realizar pruebas con una audiencia piloto o recibir retroalimentación para evaluar la efectividad del desenlace. Según Denning (2006), un buen final debe responder a la pregunta: ¿Qué emoción o mensaje quiero dejar en mi audiencia? Si la respuesta no es clara, es posible que el cierre necesite ajustes para reforzar su impacto.

4.1.2. Tipos de final

El desenlace de una historia es una de las partes más cruciales del storytelling, ya que define la impresión final que la audiencia tendrá del relato. Un buen final debe estar alineado con el desarrollo narrativo y el arco de los personajes, además de generar una respuesta emocional en el espectador o lector. Existen diferentes tipos de finales, cada uno con su propósito y efecto narrativo. A continuación, en la siguiente infografía se presentan los principales [tipos de final](#) en una historia.

La elección del tipo de final en una historia depende del efecto que el narrador quiera generar en la audiencia. Cada tipo de cierre cumple

una función distinta y puede potenciar el impacto de la trama si se utiliza adecuadamente.

4.1.3. Análisis de casos exitosos de storytelling: en el cine y la televisión, videojuegos, redes sociales

El storytelling se ha consolidado como una herramienta esencial en la creación de contenido en diversas plataformas y formatos. Cada medio tiene particularidades narrativas que han permitido la evolución y consolidación de historias con gran impacto en la audiencia, como:

- A. Storytelling en el cine y la televisión:** el cine y la televisión han sido medios fundamentales para la evolución del storytelling, ofreciendo narrativas complejas con arcos de personajes bien estructurados, giros inesperados y construcciones visuales impactantes.

Caso 1: “Breaking Bad” (2008-2013)

Esta serie de televisión, creada por Vince Gilligan, es un referente del desarrollo de personajes y construcción de conflictos. Walter White, el protagonista, evoluciona de ser un profesor de química común a un temido narcotraficante. La serie utiliza la técnica del arco de transformación del personaje, mostrando un cambio progresivo y creíble que mantiene a la audiencia comprometida (McKee, 1997).

Lecciones clave:

- Desarrollo profundo de personajes con motivaciones claras.
- Uso del suspense y el foreshadowing para mantener la tensión narrativa.
- Desenlace coherente con la evolución del protagonista.

Caso 2: “El Padrino” (1972)

Basada en la novela de Mario Puzo y dirigida por Francis Ford Coppola, El Padrino es un clásico del cine que destaca por su manejo del tiempo narrativo y la construcción de un antihéroe, Michael Corleone. La película utiliza una estructura narrativa que enfatiza la dualidad del personaje principal, quien inicialmente rechaza la violencia, pero termina convirtiéndose en el líder de la mafia.

Lecciones clave:

- Uso de la simbología y el subtexto en la narrativa visual.
- Desarrollo de personajes basado en la transformación moral.
- Importancia de los diálogos en la construcción del tono y la tensión.

- B. Storytelling en los videojuegos:** el mundo de los videojuegos ha evolucionado hacia narrativas cada vez más inmersivas, en las que el jugador tiene un rol activo en la historia.

Caso 1: “The Last of Us” (2013)

Desarrollado por Naughty Dog, The Last of Us es un ejemplo de cómo los videojuegos han incorporado storytelling cinematográfico con personajes complejos y un guion sólido. La relación entre Joel y Ellie es el eje emocional del juego, permitiendo que la narrativa se desarrolle de manera orgánica a través de la interacción del jugador.

Lecciones clave:

- Uso del storytelling emocional para conectar con el jugador.

- Narrativa no lineal con flashbacks que enriquecen la historia.
- Elección moral como herramienta para la construcción de personajes.

Caso 2: “Red Dead Redemption 2” (2018)

Este videojuego de Rockstar Games es un referente en la construcción de mundos abiertos con narrativa emergente. La historia de Arthur Morgan se desarrolla no solo a través de cinemáticas, sino también mediante interacciones con el entorno y otros personajes.

Lecciones clave:

- Uso del mundo abierto como un elemento narrativo.
- Elecciones que afectan el desenlace de la historia.
- Personajes secundarios con historias profundas que enriquecen el mundo del juego.

- C. Storytelling en redes sociales:** las redes sociales han transformado la forma en la que se cuentan historias, permitiendo narrativas interactivas, transmedia y con alto grado de participación del público.

Caso 1: Campaña “Share a Coke” de Coca-Cola

Esta campaña de **marketing** utilizó Storytelling en redes sociales al personalizar las botellas con nombres y motivar a los consumidores a compartir fotos y experiencias en línea. La narrativa se centró en la idea de la personalización emocional, haciendo que cada usuario se sintiera parte de la historia (Jenkins, 2006).

Lecciones clave:

- Creación de una narrativa participativa con la audiencia.
- Uso del storytelling en **marketing** para generar conexión emocional.
- Aprovechamiento del contenido generado por los usuarios.

Caso 2: "Dear David" - Historia viral en Twitter

El ilustrador Adam Ellis creó un relato de terror en Twitter, narrando en tiempo real la historia de un supuesto fantasma que lo acosaba en su departamento. La historia fue contada a través de hilos de tweets con imágenes y videos, generando un alto nivel de engagement y viralidad.

Lecciones clave:

- Uso de plataformas digitales para crear narrativas interactivas.
- Construcción de tensión a través del formato episódico en redes sociales.
- Integración de elementos multimedia (fotos, videos) para enriquecer la historia.

En resumen, el storytelling ha demostrado ser una herramienta poderosa en diversos formatos, desde el cine y la televisión hasta los videojuegos y las redes sociales. Cada uno de estos casos exitosos destaca por su capacidad para generar conexión emocional, desarrollar personajes memorables y aprovechar las particularidades de cada medio para contar historias de manera efectiva.

4.1.4. Ejercicios y ejemplos

El dominio del storytelling no solo requiere el conocimiento teórico de estructuras narrativas, sino también la práctica constante a través de ejercicios que permitan consolidar habilidades creativas. En el siguiente módulo didáctico se presentan [ejercicios prácticos y ejemplos](#) diseñados para aplicar los conceptos de integración de historias, tipos de finales y análisis narrativo en diferentes formatos.

Como pudo observar, el storytelling exitoso se manifiesta en una variedad de formatos y contextos, desde el cine y la literatura hasta las campañas de marketing y los videojuegos. Estos ejemplos aplicados demuestran cómo una narrativa bien estructurada y emocionalmente resonante puede captar la atención del público.



Actividades de aprendizaje recomendadas

Para consolidar sus conocimientos, se recomienda llevar a cabo las siguientes actividades:

1. Elaborar un proyecto de narración (storytelling) en el formato de su elección (audiovisual corto, guion, cómic, narrativa interactiva, etc.), integrando todos los elementos constitutivos del storytelling:
 - **Inicio:** Captar la atención del espectador o lector.
 - **Desarrollo:** Construcción de conflictos y personajes.
 - **Final:** Aplicación de un desenlace coherente con la trama narrativa.

2. Seleccionar un caso paradigmático de storytelling en el ámbito del cine, la televisión o el marketing, y efectuar un análisis crítico sobre su estructura narrativa, impacto en la audiencia y estrategias de captación (engagement).
3. En consonancia con su proyecto de asignatura, reflexionar acerca de la influencia del storytelling en la creación de contenido y en su propio desarrollo como narradores visuales.

Nota. Las actividades deberán ser completadas en un documento de Word.



Semana 8

Resultado de aprendizaje 4. Integra y evalúa de forma crítica los conocimientos y técnicas narrativas aprendidas, consolidando la capacidad para diseñar y presentar proyectos narrativos completos y efectivos.

Después de haber explorado diversas estrategias narrativas, estructuras y formatos en los que el storytelling puede aplicarse, es momento de consolidar los aprendizajes adquiridos en un proyecto final. La construcción de un proyecto de Storytelling no solo implica la aplicación de técnicas narrativas efectivas, sino también la capacidad de adaptar la historia a diferentes medios y formatos para maximizar su impacto en la audiencia.

4.2. Construcción de un proyecto de storytelling

La construcción de un proyecto de storytelling representa la culminación del proceso creativo y narrativo, en el que se aplicarán de manera integral los conocimientos adquiridos a lo largo del curso.

En esta etapa, el enfoque estará en la planificación, desarrollo y adaptación de una historia a diferentes formatos y medios, asegurando coherencia, impacto y engagement con la audiencia. Para ello, se abordarán aspectos fundamentales como el análisis del trabajo final, la adaptación de la narrativa a distintos soportes y la evaluación del proyecto desde una perspectiva crítica y profesional.

4.2.1. Análisis del trabajo final

El análisis del trabajo final en un proyecto de storytelling es un paso fundamental para evaluar la efectividad de la historia, su coherencia narrativa y el impacto en la audiencia. Una vez que se ha desarrollado la narrativa, es necesario someterla a un proceso de revisión crítica para identificar áreas de mejora, asegurando que la historia funcione en términos de estructura, personajes, emociones y mensaje.

Para llevar a cabo una evaluación efectiva del proyecto de storytelling, se deben considerar varios aspectos, Le invito a revisar el siguiente módulo didáctico para conocer sobre los [criterios para el análisis del trabajo final](#).

Después del análisis, el siguiente paso es corregir, pulir y perfeccionar la historia utilizando algunas estrategias como:

- Eliminar escenas o elementos innecesarios que no aportan valor a la trama.
- Refinar diálogos para que sean más naturales y efectivos.
- Revisar la coherencia temporal en historias complejas o con *flashbacks*.
- Probar distintos finales y seleccionar el que tenga mayor impacto.

En resumen, este análisis es un proceso esencial para garantizar una narrativa sólida, efectiva y bien estructurada. Evaluar aspectos como la coherencia, la construcción de personajes, la conexión emocional y la adaptabilidad al formato permite mejorar significativamente la historia antes de su presentación.

4.2.2. Adaptación de historias a diferentes medios y formatos

La capacidad de adaptar una historia a distintos medios y formatos es un elemento clave dentro del storytelling contemporáneo. En una era en la que el contenido narrativo se consume en múltiples plataformas, es fundamental que los narradores comprendan cómo transformar sus relatos sin perder su esencia. La adaptación implica no solo cambiar el formato en el que se presenta la historia, sino también ajustar sus elementos estructurales, visuales y emocionales para que sean efectivos en cada medio específico (Jenkins, 2006).

La adaptación narrativa es el proceso de trasladar una historia de un medio a otro, ajustándola según las características y limitaciones del nuevo formato (Scolari, 2014). Este proceso no es una simple traducción de contenido, sino una reconfiguración que permite que la historia funcione de manera efectiva en el nuevo medio, para ello existen diferentes tipos de adaptación dependiendo del grado de transformación que sufre la historia, como las que se exponen a continuación:

- **Adaptación directa:** la historia se mantiene casi intacta, con cambios mínimos para ajustarse al nuevo medio, por ejemplo: La película *El señor de los anillos* (2001-2003), que respeta en gran medida la narrativa de los libros de Tolkien.
- **Adaptación interpretativa:** se hacen modificaciones en la estructura, personajes o eventos para ajustarlos a las necesidades del nuevo medio, como en el caso de *"The Walking Dead"*, que adapta los cómics al formato televisivo con cambios en personajes y tramas.
- **Adaptación libre:** se toma la premisa central de la historia, pero se desarrolla de forma distinta, introduciendo nuevos personajes o escenarios, por **ejemplo:** *Blade Runner* (1982), que se inspira en la novela *¿Sueñan los androides con ovejas*

eléctricas?, de Philip K. Dick, pero cambia varios aspectos fundamentales de la historia original.

Para que una historia se adapte de manera efectiva a un nuevo medio, es importante seguir ciertas estrategias que se exponen en la siguiente tabla:

Tabla 11

Estrategias para una adaptación exitosa.

Estrategia	Conceptualización	Ejemplo
Identificar la esencia de la historia	Antes de realizar cualquier cambio, es fundamental definir qué es lo que hace que la historia sea única y qué elementos no deben perderse en la adaptación.	Al adaptar El cuento de la criada a televisión, se mantuvo el tono opresivo y la crítica social del libro.
Respetar las convenciones del nuevo medio	Cada formato tiene reglas específicas que deben ser consideradas en la adaptación. Un libro puede describir pensamientos internos, pero en cine esto debe mostrarse a través de imágenes o diálogos.	En la adaptación de Los juegos del hambre, la película utilizó una cámara en mano y primeros planos para transmitir la sensación de angustia de Katniss.
Mantener la coherencia narrativa	Si bien se pueden realizar modificaciones, la historia debe seguir siendo lógica y fiel a su propósito original.	En la serie The Witcher, se reorganizaron eventos de los libros para mejorar la fluidez en televisión sin perder el tono de la historia.
Innovar y agregar valor	Una adaptación no solo debe trasladar una historia de un medio a otro, sino que puede enriquecerla con nuevos elementos que mejoren la experiencia del espectador.	El cómic Watchmen fue adaptado a una serie de HBO en 2019 con una continuación de la historia original, ofreciendo una nueva perspectiva a la narrativa.

Nota. Adaptado de *The Writer's Journey: Mythic Structure for Writers*, por Vogler, C., 2007, Michael Wiese Productions; de *Effective storytelling: Strategic business narrative techniques*, por Denning, S., 2006, Strategy & Leadership; de *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*, por Jenkins, H., 2006, NYU Press; de *Narrativas transmedia: nuevas formas de comunicar en*

la era digital, por Scolari, C. A., 2014, [Acción Cultural Española](#); y de *Story: Substance, Structure, Style, and the Principles of Screenwriting*, por McKee, R., 1997, HarperCollins.

Como pudo observar, la adaptación de historias a diferentes medios y formatos es un proceso complejo que requiere comprender las características de cada plataforma y ajustar la narrativa en consecuencia. Desde el cine hasta los videojuegos y las redes sociales, cada medio ofrece oportunidades únicas para expandir una historia y llegar a nuevas audiencias. Aplicando estrategias adecuadas y respetando la esencia de la narrativa, los creadores pueden lograr adaptaciones efectivas y memorables.

4.2.3. Evaluación y retroalimentación del proyecto narrativo

La evaluación y retroalimentación del proyecto narrativo son procesos fundamentales para asegurar la calidad de una historia y su impacto en la audiencia. Estos procesos no solo permiten identificar fortalezas y áreas de mejora, sino que también brindan la oportunidad de ajustar elementos narrativos antes de la presentación final. Basándose en criterios estructurados que analizan la coherencia, efectividad, creatividad y adaptación al medio (McKee, 1997), la evaluación ofrece múltiples beneficios, tales como:

- Detectar inconsistencias narrativas antes de la publicación o presentación.
- Optimizar la estructura y ritmo de la historia para mejorar su impacto.
- Identificar la respuesta emocional del público objetivo y ajustar en consecuencia.
- Fortalecer el desarrollo de personajes y su coherencia dentro del relato.
- Asegurar la correcta adaptación del storytelling al medio elegido (Scolari, 2014).

Para comprender mejor la importancia de esta sección, podemos tomar de ejemplo cuando, antes del estreno de una película, los estudios realizan proyecciones de prueba para medir la reacción del público y hacer ajustes en el montaje final (Jenkins, 2006). Existen varias formas y [métodos de evaluación del proyecto narrativo](#), le invito a revisarlas en el siguiente módulo didáctico:

Para evaluar un proyecto de storytelling, es necesario establecer criterios claros que permitan analizar su calidad y efectividad (McKee, 1997). Algunos de los principales aspectos a evaluar incluyen:

A. Estructura narrativa

- **Pregunta clave:** ¿La historia tiene un inicio, desarrollo y desenlace bien definidos?
- Se debe analizar si la narrativa mantiene una progresión lógica y si el clímax ocurre en el momento adecuado (Vogler, 2007).

Podemos comprender de mejor manera, ejemplificando con la serie Breaking Bad, la estructura narrativa está cuidadosamente planificada, con un arco de transformación claro para el protagonista.

B. Desarrollo de personajes

- **Pregunta clave:** ¿Los personajes tienen motivaciones claras y evolucionan a lo largo de la historia?
- Un buen personaje debe contar con profundidad psicológica, conflictos internos y una evolución coherente (McKee, 1997).

Se puede ejemplificar con el personaje de Joel en The Last of Us que experimenta un arco emocional complejo que lo transforma a lo largo del juego.

C. Coherencia temática y mensaje

- **Pregunta clave:** ¿El mensaje central de la historia está bien transmitido?
- La narrativa debe ser consistente con su tono, género y propósito (Denning, 2006).

Un caso para ejemplificar es en “El Padrino”, el tema de la corrupción moral se mantiene como eje central de la historia.

D. Impacto emocional y engagement

- **Pregunta clave:** ¿La historia logra conectar emocionalmente con la audiencia?
- Se debe evaluar si la narrativa genera emociones genuinas y mantiene el interés del espectador (Salmon, 2007).

Por ejemplo, en la película Titanic logra un fuerte impacto emocional a través de la relación entre Jack y Rose, intensificando la tragedia de su desenlace.

E. Adaptabilidad al medio

- **Pregunta clave:** ¿El formato elegido es el adecuado para contar esta historia?
- Cada medio (cine, literatura, videojuegos, redes sociales) tiene características específicas que deben aprovecharse en la narración (Scolari, 2014).

Podemos identificar esta adaptación en Black Mirror: Bandersnatch que es una historia diseñada específicamente para ser interactiva en Netflix, permitiendo al espectador elegir diferentes desenlaces.

La evaluación y retroalimentación del proyecto narrativo son procesos esenciales para garantizar que una historia sea efectiva y atractiva. A través de métodos como la autoevaluación, la evaluación de pares, pruebas con audiencias y el uso de herramientas digitales, los narradores pueden perfeccionar su trabajo y maximizar su impacto. Recibir y aplicar críticas constructivas permite que las historias evolucionen y alcancen su máximo potencial.



Actividades de aprendizaje recomendadas

A fin de consolidar los conocimientos adquiridos hasta el momento, se le invita a llevar a cabo las siguientes actividades:

1. Subir su proyecto a una herramienta como Scrivener, Final Draft o Twine y analizar aspectos tales como la claridad del guion o estructura, el uso de diálogos y narrativa visual, así como el ritmo narrativo. Finalmente, realizar modificaciones basadas en las sugerencias proporcionadas por el software.
2. Para concluir con el estudio de la unidad 4, se le invita a realizar la siguiente autoevaluación.



Autoevaluación 4

A continuación, desarrolle la siguiente autoevaluación seleccionando la opción correcta

1. **¿Cuál es la principal función del análisis del trabajo final en un proyecto de Storytelling?**
 - a. Publicar la historia inmediatamente sin revisiones.
 - b. Identificar fortalezas y áreas de mejora en la estructura y narrativa.
 - c. Cambiar toda la historia sin justificación.
 - d. Enfocarse solo en la corrección gramatical.

2. **¿Cuál de los siguientes es un criterio clave para evaluar la efectividad de un final narrativo?**
 - a. La complejidad del lenguaje utilizado.
 - b. La cantidad de personajes secundarios.
 - c. El impacto emocional y la coherencia con la historia.
 - d. La duración del desenlace.

3. **La narrativa transmedia permite que una historia se expanda a múltiples plataformas con contenidos que complementan la historia principal.**
 - a. Verdadero.
 - b. Falso.

- 4. ¿Cuál de los siguientes elementos es fundamental en la adaptación de una historia a diferentes formatos?**
- a. Mantener la esencia de la historia y ajustarla a las características del nuevo medio.
 - b. Hacer que la historia sea idéntica sin importar el formato.
 - c. Ignorar las diferencias entre el cine, videojuegos y literatura.
 - d. Modificar la historia por completo sin considerar su mensaje original.
- 5. ¿Cuál de los siguientes es un método efectivo de evaluación de un proyecto narrativo?**
- a. Publicarlo sin revisarlo.
 - b. Usar herramientas digitales, pruebas con audiencia y feedback de pares.
 - c. Eliminar cualquier crítica que reciba el proyecto.
 - d. Revisar la historia una sola vez antes de presentarla.
- 6. El feedback constructivo debe centrarse únicamente en los errores sin destacar los aspectos positivos del proyecto.**
- a. Verdadero.
 - b. Falso.
- 7. ¿Cuál es una estrategia efectiva para la retroalimentación del proyecto narrativo?**
- a. Leer el trabajo en voz alta y analizar su impacto.
 - b. Ignorar la opinión de los lectores o espectadores.
 - c. Cambiar toda la historia sin justificación.
 - d. No recibir comentarios hasta después de la publicación.

8. **¿Cuál es una de las ventajas de utilizar herramientas digitales en la evaluación del storytelling?**
- a. Automatizar el proceso creativo sin intervención humana.
 - b. Identificar problemas estructurales y optimizar el guion.
 - c. Reducir la creatividad del escritor.
 - d. Evitar la interacción con la audiencia.
9. **La adaptación interpretativa de una historia implica realizar cambios en la estructura y personajes para ajustarlos al nuevo formato.**
- a. Verdadero.
 - b. Falso.
10. **¿Qué aspecto es importante considerar en la defensa del proyecto narrativo?**
- a. Explicar las decisiones narrativas y justificar los cambios realizados.
 - b. Memorizar un guion sin permitir preguntas.
 - c. Ignorar los comentarios del público.
 - d. Evitar presentar ejemplos o referencias.

[Ir a solucionario](#)



Solucionario

Autoevaluación 1		
Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
1	b	El storytelling busca conectar emocionalmente con la audiencia a través de historias significativas. No se trata solo de información, sino de cómo se cuenta la historia y su impacto en el receptor.
2	d	Las historias efectivas siguen una estructura de inicio, desarrollo y desenlace). Aunque el lenguaje puede variar, el uso de un lenguaje técnico no es un requisito para todas las historias, ya que depende del público y del contexto.
3	c	El gancho narrativo aparece al inicio y tiene la función de captar la atención del público desde el primer momento. Una historia sin un buen gancho puede perder el interés del espectador o lector.
4	a	El storydoing va más allá de contar historias, ya que implica que el público actúe y participe activamente en la historia. Se utiliza en marketing, activismo y experiencias interactivas.
5	b	El monólogo interior permite que el lector acceda a los pensamientos y emociones de un personaje en tiempo real, sin necesidad de interacciones externas. Es una técnica clave en la literatura y el cine.
6	b	Las historias entrecruzadas presentan múltiples líneas narrativas que se conectan en algún punto. Un ejemplo clásico es Pulp Fiction (1994), donde las historias aparentemente independientes terminan relacionadas.
7	b	La narrativa transmedia expande la historia en múltiples plataformas. Ejemplo: Star Wars, con películas, series, cómics y videojuegos que enriquecen el universo narrativo.

Autoevaluación 1		
Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
8	a	El flashback permite mostrar eventos del pasado, mientras que el flashforward adelanta acontecimientos futuros). Estas técnicas se utilizan para agregar profundidad a la historia y generar intriga.
9	Falso	La ambientación narrativa es clave en cualquier género, ya que define el entorno, la atmósfera y el tono de la historia. Desde el realismo hasta la ciencia ficción, el escenario influye en la percepción del lector o espectador.
10	Verdadero	Los ejercicios de estilo ayudan a los narradores a experimentar con la estructura, el punto de vista y el género narrativo. Son útiles para desarrollar creatividad y encontrar una voz propia en la escritura.

Ir a la
autoevaluación

Autoevaluación 2		
Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
1	b	El conflicto es el motor de la historia, ya que mantiene la atención del público y permite el desarrollo del protagonista. Sin un conflicto sólido, la narrativa se vuelve plana y predecible.
2	c	Los personajes memorables tienen defectos, evolución y profundidad psicológica. Sus motivaciones y conflictos los hacen creíbles y atractivos para la audiencia.
3	c	La narrativa no lineal juega con el tiempo y la perspectiva para crear intriga o un efecto dramático. Ejemplos de este estilo son Memento (Nolan, 2000) y Pulp Fiction (Tarantino, 1994).
4	Falso	Aunque la estructura en tres actos es ampliamente utilizada en el cine, también es común en la literatura, el teatro y la televisión. Este modelo ayuda a organizar la historia de manera efectiva.
5	c	Un buen diálogo debe ser natural y revelar información sobre los personajes sin necesidad de explicaciones explícitas. El subtexto es clave en la interacción verbal.
6	a	Storyliving permite que el usuario experimente la historia de manera interactiva, como en videojuegos o experiencias inmersivas de realidad virtual.
7	Falso	Un buen título puede ser descriptivo, simbólico o metafórico, pero no debe revelar demasiado. Su función es atraer la atención y despertar curiosidad.
8	b	La narrativa transmedia permite que cada plataforma contribuya a la historia de manera diferente, enriqueciendo la experiencia del usuario.
9	c	Un mensaje efectivo se integra de forma sutil en la historia, permitiendo que el público lo descubra sin sentirse forzado.
10	a	La expansión narrativa permite que cada plataforma aporte contenido nuevo y valioso, mientras que una adaptación simplemente traslada la misma historia de un formato a otro.

[Ir a la autoevaluación](#)

Autoevaluación 3		
Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
1	c	La narrativa interactiva se basa en la participación del usuario, permitiéndole tomar decisiones que afectan el desarrollo y desenlace de la historia.
2	c	El estilo psicológico se centra en los pensamientos, emociones y conflictos internos de los personajes, brindando una mayor profundidad narrativa.
3	Falso	En la narrativa transmedia, cada plataforma aporta contenido único y complementario a la historia, permitiendo que la audiencia experimente el relato desde diferentes perspectivas.
4	a	Twine permite desarrollar historias interactivas en las que el usuario elige caminos alternativos mediante enlaces de hipertexto, facilitando la creación de narrativas no lineales.
5	b	En la narrativa ramificada, las elecciones del usuario conducen a diferentes rutas y finales, aumentando la inmersión en la historia.
6	Verdadero	Muchos videojuegos incorporan narrativas interactivas donde las decisiones del jugador afectan la trama, como en Detroit: Become Human o The Walking Dead de Telltale Games
7	b	La narrativa transmedia expande una historia a través de múltiples plataformas, donde cada medio aporta una pieza única del relato, fomentando la participación del público.
8	c	Ink by Inkle permite diseñar diálogos interactivos donde las elecciones del usuario influyen en la historia, una característica clave en videojuegos narrativos.
9	Verdadero	Final Draft es ampliamente reconocido en la industria del cine y la televisión por su capacidad para formatear guiones de acuerdo con los estándares de la industria.

Autoevaluación 3		
Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
10	c	Scrivener es una herramienta muy apreciada por escritores y novelistas debido a su capacidad para organizar grandes proyectos de escritura en secciones manejables.

[Ir a la autoevaluación](#)

Autoevaluación 4		
Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
1	b	El análisis del trabajo final permite mejorar la coherencia, la estructura y la conexión emocional de la historia antes de su presentación o publicación.
2	c	Un final narrativo debe ser coherente con la historia y generar un impacto emocional significativo en la audiencia
3	Verdadero	El storytelling transmedia permite contar una historia en diversos formatos (cine, videojuegos, redes sociales), enriqueciendo la experiencia del público.
4	a	Cada medio tiene características propias que requieren ajustes en la narrativa, pero sin perder la esencia de la historia
5	b	La combinación de evaluación digital, prueba con audiencia y retroalimentación de pares es clave para mejorar la historia antes de su versión.
6	Falso	Un buen feedback debe equilibrar las fortalezas y áreas de mejora, proporcionando sugerencias concretas y motivando al creador a mejorar su historia.
7	a	Leer la historia en voz alta ayuda a detectar problemas de fluidez y coherencia, mejorando la estructura narrativa.
8	b	Herramientas como Scrivener, Final Draft o Twine permiten mejorar la estructura y diálogos en el proceso de storytelling.
9	Verdadero	En la adaptación interpretativa, se hacen modificaciones sin alterar completamente la historia original, ajustándola a las características del medio.
10	a	Defender un proyecto narrativo implica justificar las decisiones creativas y estar abierto a preguntas sobre la historia.

Ir a la
autoevaluación



Referencias bibliográficas

- Atarama-Rojas, T., & Menacho-Girón, N. (2018). Narrativa transmedia y mundos transmediales: Una propuesta metodológica para el análisis de un ecosistema mediático, caso Civil War. *Revista de Comunicación*, 17(1), 34-56. <https://www.redalyc.org/journal/5894/589466336003/html/>
- Bermúdez Vázquez, M., & Diego Macho Reyes, R. (Coords.). (2018). *Análisis del discurso y pensamiento crítico*. Sevilla: Egregius Ediciones. <https://egregius.es/catalogo/analisis-del-discurso-y-pensamiento-critico/>
- Denning, S. (2006). Effective storytelling: Strategic business narrative techniques. *Strategy & Leadership*, 34(1), 42-48. <https://doi.org/10.1108/10878570610637885>
- García Vázquez, E. (s. f.). *Escritura creativa con intención* [Video]. YouTube. Recuperado el 17 de febrero de 2025, de <https://www.youtube.com/watch?v=0Mla834u3AM>
- Harvard Business Review. (2023). *Storytelling y comunicación persuasiva*. Recuperado de: <https://www.hks.harvard.edu/educational-programs/executive-education/persuasive-communication-narrative-evidence-and-impact>
- Hemingway, E. (1999). *El arte de la narración*. Charles Scribner's Sons.
- Inkle Studios (2024). *Herramienta para diálogos interactivos*. Disponible en: <https://www.inklestudios.com/ink>

- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. NYU Press.
- McKee, R. (1997). *Story: Substance, Structure, Style, and the Principles of Screenwriting*. HarperCollins.
- Orwell, G. (1949). 1984. Secker & Warburg.
- Páez, E. (s.f.). *Escribir: Manual de técnicas narrativas*. Recuperado de https://www.academia.edu/33328675/Enrique_P%C3%A1ez_Escribir_Manual_de_Tecnicas_Narrativas
- PBS_¿Qué es la narrativa transmedia?_ \[Vídeo\]\[\](<https://www.youtube.com/watch?v=-sSkikseldU>)
- Queneau, R. (1947). *Ejercicios de estilo*. Gallimard.
- Salas, C. (2017). *Storytelling. La escritura mágica*. Mirada mágica SRL.
- Salmon, C. (2007). *Storytelling: La máquina de fabricar historias y formatear las mentes*. Península. https://proassetspdlcom.cdnstatics2.com/usuaris/libros_contenido/arxius/32/32000_Storytelling.pdf
- Scolari, C. A. (2014). *Narrativas transmedia: nuevas formas de comunicar en la era digital*. Acción Cultural Española. https://www.accioncultural.es/media/Default%20Files/activ/2014/Adj/Anuario_ACE_2014/6Transmedia_CScolari.pdf
- Vogler, C. (2007). *The Writer's Journey: Mythic Structure for Writers*. Michael Wiese Productions.
- TEDx. (15 de noviembre de 2019). *El poder de contar historias [Video]<https://www.youtube.com/watch?v=sh1-9xMZIfQ>

TEDx. (2014, 20 de noviembre). The magical science of storytelling | David JP Phillips | TEDxStockholm [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=Nj-hdQMa3uA>

TEDx. (22 de enero de 2020). _El secreto para contar grandes historias_ \[\[\[<https://www.youtube.com/watch?v=ZmNpeXTj2c4>)

Herramientas específicas:

Scrivener (para estructuración de guiones y escritura creativa)

Final Draft (para guionización profesional)

Twine (para narrativa interactiva y no lineal)

Canva (para creación de mapas narrativos visuales)



Anexos

Caso de estudio: La evolución del storytelling en el marketing digital “Nike: Just Do It y La Emoción en la publicidad”

Contexto

El storytelling ha evolucionado desde relatos orales hasta convertirse en una herramienta clave en el marketing digital. En la actualidad, las marcas no solo venden productos, sino que crean narrativas que conectan emocionalmente con su audiencia. Empresas como Nike, Coca-Cola y Apple han revolucionado sus estrategias publicitarias al enfocarse en contar historias que inspiran y motivan.

Caso: “Nike: Just Do It y la Emoción en la Publicidad”

Nike ha sido pionera en la utilización del storytelling para transmitir valores como la superación personal, la inclusión y la resiliencia.

Un ejemplo icónico es su comercial “Find Your Greatness” (2012), en el que se muestra a un niño con sobrepeso corriendo solo por una carretera desierta. No hay atletas famosos, música épica ni efectos llamativos. Solo la imagen del niño esforzándose, acompañado por una voz en off que menciona que la grandeza no es exclusiva de unos pocos, sino de todos los que la buscan.

Figura 1

Imagen del niño comercial Nike



Nota: <https://www.youtube.com/watch?v=WYP9AGtLvRg>

Análisis del Caso

- **¿Por qué crees que Nike eligió contar una historia en lugar de mostrar solo su producto?**

Nike busca generar una conexión emocional con su audiencia en lugar de solo resaltar las características técnicas de sus productos. Al contar una historia inspiradora, logra que los espectadores se identifiquen con la marca y asocien su mensaje con sus propios desafíos personales.

- **¿Cómo impacta el storytelling en la percepción de una marca?**

El storytelling transforma una marca en algo más que un proveedor de productos. En este caso, Nike se posiciona como una empresa que motiva e inspira a las personas a superarse, convirtiendo su mensaje en un símbolo de esfuerzo y dedicación.

- **¿Qué elementos emocionales utiliza este caso para conectar con el público?**
 - **Identificación:** Muchas personas pueden verse reflejadas en el niño, ya sea por sus propias luchas o inseguridades.

- **Empatía:** La historia genera compasión y admiración por el esfuerzo del protagonista.
 - **Inspiración:** El mensaje final refuerza la idea de que cualquiera puede alcanzar la grandeza, sin importar su punto de partida.
- **¿Cómo podrías aplicar esta técnica en la creación de una historia propia?**

Para aplicar esta estrategia en una historia propia, es importante definir un personaje con un desafío claro, generar un desarrollo que muestre su esfuerzo y concluir con un mensaje inspirador que conecte con la audiencia.

Ejercicio

Creación de un Mini Storytelling

- **Historia para una Marca Ficticia:** “EcoWave: Un Nuevo Comienzo”
- **Personaje principal:** Sofía, una joven diseñadora de moda preocupada por el impacto ambiental de la industria textil.
- **Conflicto o desafío:** Sofía sueña con crear ropa sostenible, pero enfrenta dificultades económicas y la falta de apoyo de inversionistas.
- **Desarrollo:** A pesar de los obstáculos, decide reciclar materiales y crear su primera colección con telas reutilizadas. Comparte su proceso en redes sociales, generando interés y apoyo de la comunidad.

- **Desenlace y mensaje final:** Su marca, EcoWave, se convierte en un referente de moda sostenible. El mensaje es claro: “Pequeñas acciones pueden generar grandes cambios”.

Conclusión

El storytelling permite que las marcas generen emociones y construyan una identidad poderosa. A través de historias inspiradoras, las empresas pueden conectar con su público de manera más efectiva y diferenciarse en un mercado competitivo.

En el caso de Nike, su historia sobre superación personal ha sido clave para fortalecer su mensaje de “Just Do It”, convirtiéndose en una de las estrategias de marketing más exitosas del mundo.

Figura 2

Mensaje “Just Do It” Nike



Nota. <https://www.milenio.com/estilo/nike-just-do-it-oscura-historia-slogan>

Caso de Estudio: Elementos Esenciales de una Historia en “Ratatouille” (2007)

Introducción

Toda historia efectiva debe contar con una estructura clara, personajes bien contruidos y un mensaje que conecte con la audiencia. Estos elementos esenciales son los que transforman una narración en una experiencia memorable.

Este caso de estudio analizará la película “Ratatouille” (2007, Pixar/Disney) como un ejemplo magistral de estructura narrativa, storytelling y recursos creativos, desglosando cómo estos elementos trabajan juntos para crear una historia efectiva.

Figura 1

Película Ratatouille



Nota. <https://www.justwatch.com/mx/pelicula/ratatouille>

Sinopsis del Caso: “Ratatouille”

Remy es una rata con un talento excepcional para la cocina. A diferencia de su familia, no se conforma con la vida de roedor y sueña con convertirse en chef. A través de una serie de eventos, termina en el restaurante de su ídolo, Auguste Gusteau, donde forma una alianza inesperada con un joven humano, Linguini. Sin embargo, Remy enfrenta el rechazo de su entorno y los prejuicios del mundo humano.

El filme combina comedia, superación y pasión por la cocina, convirtiéndose en un claro ejemplo de cómo una historia bien construida puede resonar con audiencias de todas las edades.

Análisis del Caso: Elementos Esenciales de una Historia en “Ratatouille”

Tabla 1
Estructura Narrativa: Inicio, Desarrollo y Desenlace

Fase	Descripción en “Ratatouille”	Función Narrativa
Inicio	Remy es presentado como una rata diferente, con un talento especial para la cocina, pero enfrenta el rechazo de su familia.	Se establece la premisa y el conflicto principal.
Desarrollo	Remy llega a París y se alía con Linguini. Mientras cocinan juntos, deben ocultar la verdadera identidad de Remy.	Se desarrollan los desafíos del protagonista y su evolución.
Desenlace	Remy revela su identidad y logra impresionar al crítico Ego con su talento. A pesar del cierre del restaurante, Remy encuentra su verdadero lugar.	Resolución del conflicto y mensaje final: “Cualquiera puede cocinar”.

Nota. Beltrán, A, 2025..

Resolución: La historia sigue el viaje del héroe, donde el protagonista enfrenta obstáculos, madura y regresa transformado.

Aplicación del Storytelling, Storyliving y Storydoing

- **Storytelling:** Se nos cuenta la historia de un personaje con un gran sueño y los obstáculos que debe superar.
- **Storyliving:** La audiencia vive la historia a través de los ojos de Remy, sintiendo su emoción y sus miedos.
- **Storydoing:** La película inspira a los espectadores a seguir sus pasiones, sin importar las adversidades.

Resolución: Pixar usa estos tres enfoques para hacer que la historia sea inmersiva y motivadora.

Recursos creativos en la narrativa

Tabla 2
Recursos creativos en la narrativa

Recurso	Ejemplo en "Ratatouille"	Función en la Historia
Monólogo Interior	Remy habla consigo mismo sobre su deseo de ser chef.	Permite que el espectador entienda su conflicto interno.
Historias Entrecruzadas	La historia de Remy y Linguini se complementan con la del crítico Ego.	Enriquece la trama y añade profundidad a los personajes.
Escenarios y Ambientación Narrativa	París y la cocina del restaurante son espacios vibrantes y llenos de detalles.	Sumergen al espectador en un mundo atractivo y creíble.

Nota. Beltrán, A, 2025..

Resolución: La combinación de estos recursos ayuda a crear una historia emocionalmente poderosa y visualmente atractiva.

Conclusión

“Ratatouille” es un excelente ejemplo de cómo una historia bien estructurada, con personajes memorables y una narrativa envolvente, puede inspirar a las audiencias. La combinación de estructura narrativa, storytelling y recursos creativos permite que la historia sea efectiva y emocionante.

Caso de Estudio: Caminos de la Creación en “Breaking Bad” (2008-2013)

Introducción

Crear una historia impactante requiere comprender los caminos de la creación narrativa, como la construcción de conflictos, la evolución de personajes, el uso de diálogos y las estructuras narrativas lineales y no lineales.

Este caso de estudio analizará la serie “Breaking Bad” (2008-2013, creada por Vince Gilligan) como un ejemplo magistral de construcción de conflicto, desarrollo de personajes y el uso de narrativas complejas.

Figura 1

Portada serie Breaking Bad



Nota: <https://www.imdb.com/es/title/tt0903747/>

Sinopsis del Caso: “Breaking Bad” como Modelo Narrativo

Walter White, un profesor de química con cáncer terminal, decide fabricar y vender metanfetaminas para asegurar el futuro de su

familia. Lo que comienza como una decisión desesperada lo lleva a transformarse en Heisenberg, un criminal implacable.

El conflicto principal gira en torno a la lucha de Walter entre su moralidad y su ambición, mientras que la serie utiliza una estructura narrativa innovadora para contar su evolución.

Análisis del Caso: Construcción de Conflictos y Resolución

Según Robert McKee (1997), el conflicto es el motor de la narrativa. “Breaking Bad” maneja múltiples niveles de conflicto:

Tabla 1
Niveles de conflicto

Tipo de Conflicto	Ejemplo en "Breaking Bad"	Impacto en la Historia
Interno (psicológico)	Walter lucha entre su identidad como profesor y su nuevo rol como criminal.	Su evolución de víctima a villano es el eje de la serie.
Interpersonal (con otros personajes)	Sus enfrentamientos con Jesse, Skyler y Gus Fring.	Alimentan la tensión y generan dilemas morales.
Externo (social y legal)	La DEA y el mundo del narcotráfico amenazan su seguridad.	Agrega suspenso y presión sobre Walter.

Nota. Beltrán, A, 2025..

Resolución: Cada temporada intensifica los conflictos hasta que Walter ya no puede escapar de sus decisiones, culminando en su autodestrucción.

Creación de Personajes Memorables

Walter White es un personaje complejo con una transformación notable. Según Christopher Vogler (2007), los héroes deben atravesar cambios significativos en su arco narrativo.

Tabla 2
Cambios del personaje Walter White

Etapas	Walter White al Inicio	Walter White al Final
Motivación	Proteger a su familia.	Control y poder absoluto.
Personalidad	Introvertido, moralista.	Frío, manipulador y sin remordimientos.
Relaciones	Ama a su familia y a su alumno Jesse.	Traiciona y usa a todos para su beneficio.

Nota. Beltrán, A, 2025..

Resolución: Su viaje de héroe se convierte en una tragedia, donde se revela que siempre tuvo una naturaleza oscura.

Uso del Diálogo y la Voz Narrativa

Los diálogos en “Breaking Bad” no solo informan, sino que desarrollan la personalidad de los personajes.

Narrativas Lineales y No Lineales

“Breaking Bad” usa una combinación de:

- **Narrativa lineal:** La historia avanza cronológicamente con eventos que construyen sobre los anteriores.
- **Narrativa no lineal:** Uso de flashforwards (como la escena inicial de la temporada 2 con el osito rosa quemado).

Resolución: Estas técnicas mantienen la intriga y muestran las consecuencias de las acciones de Walter antes de revelarlas completamente.

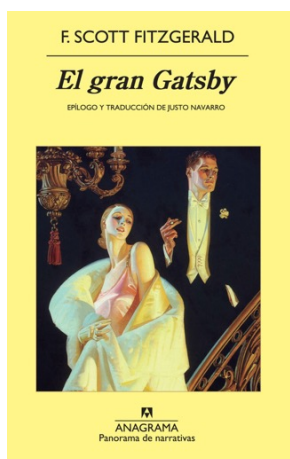
Caso de Estudio: Técnicas de Escritura Creativa y Narrativa Persuasiva en “El Gran Gatsby”

Introducción

La escritura creativa y la narrativa persuasiva son herramientas clave para contar historias que cautiven al lector. En este caso de estudio, analizaremos “El Gran Gatsby” (1925, F. Scott Fitzgerald) como un ejemplo de narración persuasiva, explorando sus técnicas de apertura, desarrollo de mensaje y estructura literaria.

Figura 1

Portada novela “El Gran Gatsby”



Nota. https://www.anagrama-ed.es/libro/panorama-de-narrativas/el-gran-gatsby/9788433975744/PN_789

Sinopsis del Caso: “El Gran Gatsby” y la Narración Persuasiva

La novela sigue a Jay Gatsby, un hombre enigmático que organiza fiestas extravagantes con la esperanza de recuperar a su amor perdido, Daisy Buchanan. La historia es contada por Nick Carraway, un narrador testigo que observa el ascenso y caída de Gatsby en un mundo de excesos, hipocresía y ambición.

A lo largo del relato, Fitzgerald emplea técnicas avanzadas de escritura creativa para persuadir al lector de la belleza y la tragedia de la historia.

Análisis del Caso: Técnicas de Escritura Creativa y Narrativa Persuasiva en “El Gran Gatsby”

Tipos de Inicio y Aperturas Ejemplares: El inicio de una historia debe atrapar al lector y establecer el tono. En “El Gran Gatsby”, la primera frase es icónica:

“En mi primera infancia, mi padre me dio un consejo que he estado dando vueltas en mi mente desde entonces: ‘Siempre que sientas ganas de criticar a alguien, recuerda que no todos en este mundo han tenido las mismas ventajas que tú’.”

Análisis:

- Crea intriga: ¿Quién es el narrador y por qué este consejo es relevante?
- Establece el tono: Reflexivo y observador.
- Prepara el mensaje central: La historia explora la desigualdad y la fragilidad del sueño americano.

Resolución: Fitzgerald usa una apertura que no solo introduce al personaje, sino que predispone al lector a interpretar los eventos con una mirada crítica y empática.

Desarrollo del Mensaje, Título y Estructura Persuasiva

Significado del Título:

- “El Gran Gatsby” sugiere que Gatsby es un personaje legendario o mítico.

- Sin embargo, a lo largo de la novela, el lector descubre que su grandeza es una ilusión basada en la riqueza y el engaño.

Mensaje Central:

- La historia persuade al lector de la falsedad del sueño americano y la superficialidad de la alta sociedad.
- Usa la tragedia de Gatsby para evocar empatía y reflexión.

Desarrollo Narrativo Persuasivo:

Tabla 1
Desarrollo narrativo persuasivo

Estrategia	Ejemplo en la Novela	Efecto Persuasivo
Metáforas y Simbolismo	El "ojo de T.J. Eckleburg", un anuncio publicitario que parece observar a los personajes.	Representa el juicio moral y la decadencia de la sociedad.
Uso de la Primera Persona	Nick narra la historia con subjetividad.	Hace que el lector se involucre emocionalmente con los personajes.
Lenguaje Poético	"Soñó que trepaba una escalera hacia una luna dorada."	Embellece la narrativa y refuerza la ilusión de Gatsby.

Nota. Beltrán, A, 2025..

Resolución: La novela convence al lector de la tristeza detrás del lujo, mostrando que la felicidad no se compra.

Expansión de Historias en Múltiples Formatos

“El Gran Gatsby” ha sido adaptado a:

- Cine (1974, 2013): Resaltan la opulencia y la tragedia visualmente.
- Teatro y ópera: Enfatizan el drama de los personajes.

- Novelas gráficas y redes sociales: Modernizan la historia para nuevas audiencias.

Resolución: Su impacto perdura porque la historia se adapta a diferentes formatos sin perder su esencia.

Conclusión

“El Gran Gatsby” es un referente en el uso de escritura creativa y narrativa persuasiva, con una apertura envolvente, un mensaje poderoso y una estructura simbólica.

Caso de estudio: Creando una historia memorable con técnicas narrativas

Contexto

Mariana es una escritora emergente que desea crear una historia atractiva para un público joven en plataformas digitales. Su objetivo es desarrollar un relato envolvente que conecte emocionalmente con la audiencia y genere engagement en redes sociales. Sin embargo, enfrenta dificultades para estructurar la historia y definir el tono narrativo adecuado.

Desafío

Mariana ha ideado un concepto básico: una joven descubre que puede viajar en el tiempo a través de los recuerdos almacenados en objetos antiguos. Sin embargo, su narrativa carece de cohesión y fuerza emocional. Necesita aplicar técnicas y trucos narrativos para mejorar la experiencia del lector.

Solución: Mariana aplicó las siguientes técnicas para fortalecer su historia:

Definición del tono narrativo:

Se optó por un tono misterioso y emocional, combinando una narración en primera persona con descripciones sensoriales detalladas.

Ejemplo: “El aroma a papel viejo y madera barnizada me envolvió al abrir el baúl. Entre las sombras, un reloj de bolsillo relucía con una intensidad extraña. Al tocarlo, el mundo a mi alrededor se difuminó.”

Uso de deducciones invisibles:

Introdujo pistas sutiles en la historia para que el lector descubriera los secretos junto con la protagonista.

Ejemplo: en lugar de revelar explícitamente que el reloj pertenecía a su bisabuelo, dejó fragmentos de cartas y objetos que guiaban al lector a esa conclusión.

Estrategias para generar engagement:

Publicó fragmentos en redes sociales con preguntas para el público: “¿Qué harías si descubrieras que un objeto antiguo puede llevarte al pasado?”

Incorporó recursos narrativos que generan suspenso en el lector o espectador al final de cada capítulo para incentivar la lectura continua.

Personalización de la experiencia del usuario:

Se creó una narrativa interactiva en la que los lectores podían votar sobre las decisiones de la protagonista y utilizó Twine para desarrollar una versión interactiva con diferentes finales.

Resultados: Gracias a estas técnicas, Mariana logró una historia más inmersiva y atractiva. Sus publicaciones en redes sociales generaron mayor interacción, y su relato tuvo una recepción positiva en plataformas digitales. La aplicación de estas estrategias demostró el impacto de un storytelling efectivo.

Conclusión

El caso de Mariana muestra cómo el uso de técnicas narrativas como el tono adecuado, las deducciones invisibles, el engagement y la personalización pueden transformar una idea en una historia poderosa y cautivadora.

Caso de estudio: Creación de experiencias narrativas interactivas

Contexto:

Carlos es un desarrollador de videojuegos indie que busca crear una experiencia narrativa interactiva que combine exploración y toma de decisiones. Su objetivo es lograr que los jugadores se sientan parte de la historia y que sus elecciones tengan un impacto real en el desarrollo de la trama. Sin embargo, enfrenta el desafío de diseñar una narrativa convincente que mantenga la inmersión y permita múltiples desenlaces.

Desafío:

Carlos ha desarrollado un concepto básico: un personaje despierta en una ciudad futurista sin memoria de su pasado y debe reconstruir su historia a través de pistas dispersas en el entorno. No sabe cómo estructurar la interacción ni cómo guiar al jugador sin que la historia se vuelva predecible o lineal.

Solución

Para crear una experiencia narrativa interactiva efectiva, Carlos aplicó las siguientes estrategias:

Descubrir el estilo narrativo adecuado:

- Optó por una narrativa psicológica e inmersiva, con elementos de suspenso y exploración ambiental.
- Implementó registros de audio y fragmentos de diarios para que el jugador descubriera la historia de manera no lineal.

Uso de herramientas digitales:

- Utilizó Twine para desarrollar prototipos de decisiones interactivas antes de implementarlas en el motor de juego.
- Integró Ink para gestionar diálogos ramificados que reaccionan a las elecciones del jugador.

Diseño de múltiples caminos narrativos:

- Creó diferentes finales basados en las decisiones tomadas por el jugador.
- Desarrolló eventos dinámicos que alteran el comportamiento de los personajes secundarios en función de la información recolectada.

Engagement a través de interactividad personalizada:

- Permitió que los jugadores personalizaran ciertos aspectos del protagonista, aumentando su conexión emocional con la historia.
- Incluyó mecánicas de juego que requerían que el jugador interpretara pistas en el entorno para desbloquear fragmentos de memoria.

Resultados:

Gracias a estas técnicas, Carlos logró una experiencia narrativa inmersiva en la que los jugadores sentían que sus decisiones impactaban el mundo del juego. Su proyecto obtuvo una respuesta positiva en pruebas beta, con comentarios destacando la profundidad de la historia y la rejugabilidad gracias a sus múltiples finales.

Conclusión:

El caso de Carlos demuestra cómo el uso de estrategias narrativas interactivas, el aprovechamiento de herramientas digitales y la implementación de decisiones significativas pueden transformar una historia en una experiencia envolvente y memorable para los jugadores.

Caso de Estudio: Proyecto de Storytelling - “El Viaje de Alma”

1. Introducción

Este caso de estudio presenta el desarrollo completo de un proyecto de storytelling, desde su concepción hasta su implementación en distintos formatos digitales. El objetivo es demostrar cómo se integran las técnicas narrativas, la creación de personajes y el uso de plataformas digitales para construir una historia efectiva.

2. Concepto de la Historia

- **Título:** El Viaje de Alma
- **Género:** Fantasía contemporánea
- **Mensaje Central:** El autoconocimiento y la resiliencia son claves para superar la adversidad.
- **Sinopsis:** Alma es una joven que, tras perder a su madre, descubre que tiene la capacidad de viajar a través de los recuerdos de los objetos. En su búsqueda por entender su pasado, se enfrenta a desafíos que la obligan a crecer y a redefinir su identidad

3. Estructura Narrativa

- **Inicio:** Alma descubre su habilidad cuando encuentra una vieja llave en la casa de su abuela. La llave le permite ver fragmentos del pasado de su madre.
- **Desarrollo:** En su viaje por distintos recuerdos, Alma se enfrenta a personajes que la desafían y le revelan secretos familiares.

- **Desenlace:** Alma comprende el significado de su don y lo usa para ayudar a otros a sanar sus propios recuerdos.

4. Construcción de Personajes

- **Alma:** Protagonista. Joven de 18 años, introspectiva, valiente y curiosa.
- **Abuela Rosa:** Guardiana de los secretos familiares, sabia y protectora.
- **Ethan:** Amigo de Alma que la ayuda a interpretar los recuerdos.
- **Antagonista (Sombra del Pasado):** Una figura oscura que representa los miedos y las dudas de Alma.

5. Formatos y Estrategia Transmedia

Para expandir la historia y llegar a una audiencia más amplia, se implementaron diversos formatos:

- **Podcast:** Relatos narrados de los recuerdos de Alma, con efectos de sonido inmersivos.
- **Redes Sociales:** Publicaciones en Instagram y TikTok con pistas visuales sobre los recuerdos de Alma.
- **Juego Interactivo (Twine):** Permite a los usuarios explorar los recuerdos y tomar decisiones que afectan el desenlace de la historia.
- **Corto Animado:** Adaptación audiovisual que se distribuye en YouTube.

6. Evaluación del Proyecto

Se utilizaron métricas para evaluar la efectividad del storytelling:

- **Engagement en redes sociales:** Número de interacciones en publicaciones de la historia.
- **Descargas del podcast:** Indicador de interés y retención de audiencia.
- **Feedback de usuarios en el juego interactivo:** Comentarios y sugerencias para mejorar la experiencia.

7. Conclusión

El proyecto El Viaje de Alma logró integrar una narrativa sólida con diversas plataformas digitales, creando una experiencia inmersiva para el público. La combinación de técnicas de storytelling con estrategias transmedia permitió no solo contar una historia, sino hacer que la audiencia participe activamente en su desarrollo.

Este caso de estudio demuestra la importancia de adaptar las historias a múltiples formatos y aprovechar el potencial del storytelling digital para generar impacto y conexión con la audiencia.