

LA ENSEÑANZA DEL DERECHO A TRAVÉS DE LA TÉCNICA DEL STORYTELLING

GONZÁLEZ HERNÁNDEZ, Esther
Profesora Titular de Derecho Constitucional
Universidad Rey Juan Carlos
esther.gonzalez@urjc.es

DELGADO RAMOS, David¹
Profesor Contratado Doctor (interino) de Derecho Constitucional
Universidad Rey Juan Carlos
david.delgado@urjc.es

Cómo citar / Citation

González Hernández, E y Delgado Ramos, D. (2021)
*La enseñanza del Derecho a través
de la técnica del storytelling*
Revista Docencia y Derecho, n.º 18, pp. 137-
<https://orcid.org/0000-0001-7203-5032>
<https://orcid.org/0000-0002-4656-3269>

RESUMEN

El objetivo de este trabajo es explicar la técnica del *storytelling* a los no especialistas en derecho o estudiantes como instrumento de enseñanza desde el relato de historias concretas que sirvan para introducir temas jurídicos complejos. En este trabajo analizamos la técnica en sí y su aplicabilidad práctica, utilizando casos concretos para explicarlo.

PALABRAS CLAVE: storytelling, historia, docencia, aprendizaje.

¹ Ambos profesores forman parte del Grupo de Innovación Docente reconocido por la Universidad Rey Juan Carlos denominado “ARCODE: El arte de contar el Derecho”.

THE TEACHING OF LAW THROUGH THE TECHNIQUE OF STORYTELLING

ABSTRACT

The objective of this paper is to explain the technique of storytelling to non-specialists in law or students as a teaching tool from the telling of specific stories that serve to introduce complex legal issues. In this paper we analyze the technique itself and its practical applicability, using specific cases to explain it.

KEY WORDS: storytelling, story, teaching, validity, learning.

Fecha de recepción: 20-11-2021

Fecha de aceptación: 01-12-2021

SUMARIO

1. INTRODUCCIÓN. 2. ¿QUÉ ES EL *STORYTELLING* O CÓMO *CONTAR UNA HISTORIA*? 3. VENTAJAS Y DESARROLLO DE COMPETENCIAS GENERALES EN LOS GRADOS UNIVERSITARIOS A TRAVÉS DEL *STORYTELLING*. 3.1. El desarrollo de las competencias de la narrativa oral: el arte de contar bien las cuestiones jurídicas. 3.2. La narrativa y los escritos judiciales, 3.3. Storytelling y mejora de la terminología jurídica. 4. CONCLUSIONES. 5. BIBLIOGRAFÍA.

“Si de esa manera cuentas un cuento, Sancho -dijo don Quijote-, repitiendo dos veces lo que vas diciendo, no acabará en dos días: dilo seguidamente y cuéntalo como hombre de entendimiento” (Miguel de Cervantes).

“La vida es aquello que nos contamos al recordarla” (Gabriel García Márquez)

1. INTRODUCCIÓN

La introducción del Espacio Europeo de Educación Superior y la progresiva e imparable digitalización de los nuevos estudiantes exigen modular las técnicas tradicionales de enseñanza y aprendizaje para adaptarlas a un entorno omnisciente en el que las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (las TIC), constituyen el eje-vector por el que transita el conocimiento y su articulación.

En ese sentido, nuevas épocas reclaman nuevos instrumentos, nuevos modos de transmitir un conocimiento que, cada vez, parece más difícil de reducir al clásico manual. Instrumentos que, sin perder un ápice de la imprescindible calidad científica y académica, recalen y se asienten de tal forma que la vía por la que se accede al conocimiento no suponga merma alguna del rigor, de la profundidad y, en definitiva, de la imprescindible calidad de la docencia.

Mediante este trabajo queremos aportar un nuevo enfoque, que emerge de la constatación de que las plataformas de entretenimiento basan su éxito en el *arte de contar historias*, el *storytelling* en su terminología inglesa, por lo que, partiendo de ese embrión, podemos atraer al conocimiento –en este caso, jurídico- a partir del relato propio y personal de experiencias o hechos vividos o directamente conocidos por quienes los relatan, de tal suerte que el estudiante, que es quien escucha, aprende prácticamente sin ser consciente de ello. Este aprende porque la técnica es sencilla y, especialmente, breve y, porque genera en sí mismo una serie de emociones imperceptibles que facilitan el aprendizaje y refuerzan el gusto por el Derecho. Se trata, pues, de incorporar en las sesiones lectivas, historias de no más de diez minutos habitualmente en las que, a partir de un hecho relevante o trascendental, se recorre y perfila el trasfondo netamente jurídico del hecho narrado. Así se logra que el estudiante recuerde la experiencia del narrador y sus sensaciones y sentimientos, -cómo lo vivió, en suma-, pero recuerde también y, aún más importante, es capaz de *analizar y entender*, el contenido jurídico del supuesto relatado.

Ciertamente, la técnica del *storytelling* es amplia y multifocal, pero no es sustitutiva en absoluto del aprendizaje clásico, sino que es complementaria del mismo, de tal suerte que no aspira a sustituir la enseñanza del Derecho, sino ayudar a entenderla en los aspectos más complejos o menos estimulantes.

A lo largo de este trabajo pretendemos explicar qué es el *storytelling* y cómo y con qué perspectiva se manifiesta, explicando su aplicabilidad a una serie de supuestos y casos específicos, pero cuya trascendencia permite percibir su aplicabilidad extensiva a otros muchos.

2. ¿QUÉ ES EL STORYTELLING O CÓMO CONTAR UNA HISTORIA?

Respondamos de forma breve a la pregunta: el *storytelling* es simplemente contar una historia, con un conjunto de protagonistas que viven una serie de acontecimientos que los cambiarán². Ahora bien, habrá que explicar qué es “contar”, esto es, transmitir a otro algo que normalmente no **percibe** de primera mano como si lo **percibiera**, es decir, el vehículo expresivo³ que usamos para compartir ese conocimiento puede ser tanto oral como escrito, pero también corporal, a través de esa parte de comunicación no verbal. También habrá que definir qué es una “historia”, y es tan sencillo como un hecho real que es contado. En ese momento tenemos una historia, a modo de recreación artificial de unos hechos⁴, pero recreación creíble porque ha sido real.

El *storytelling*, con esta denominación, nace en Estados Unidos en los años noventa, aunque estaba presente desde mucho tiempo antes, aunque de forma un tanto residual, pero visible, en los relatos políticos de las presidencias de Kennedy y Nixon donde, particularmente en el caso del primero, una pátina épica en cada especial contexto político imprimía un sesgo en el que la forma de narrar el relato lo acababa sustituyendo por completo. En los años noventa del siglo pasado, sin embargo, auspiciado por el éxito de los *spin doctors*⁵ en la esfera política, se trasladó al ámbito empresarial y a las relaciones internacionales, favoreciendo el proceso de toma de decisiones y su comunicación social.

Finales del siglo pasado fue un momento muy propicio para su triunfo, en gran medida amparado por el surgimiento y paulatina consolidación de Internet y el creciente auge de la Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (las denominadas TIC), favoreciendo un caldo de cultivo propicio para esta técnica de comunicación, control y poder⁶.

² GAY ZARAGOZA, V. *El camino amarillo. 7 pasos para tener éxito contando una historia*, Plan B, Zaragoza, 2017, p. 51.

³ URIEN, H., *El arte de contar bien una historia*, Alienta ed. Barcelona, 2020, p. 23.

⁴ URIEN, *op. cit.*, pp. 23 y 24.

⁵ En el ámbito de la comunicación y las relaciones públicas se conoce como *spin doctor* a alguien –agente particular o empresa-, que busca persuadir mediante técnicas manipulativas en pro de una determinada información o mensaje.

⁶ Explica Salmon que “el storytelling ha podido presentarse como una técnica de comunicación, de control y de poder. A mediados de los años noventa, en efecto, el giro narrativo de las ciencias sociales coincide con la explosión de Internet y los avances de las nuevas técnicas de información y de comunicación (NTIC), que crean las condiciones del storytelling revival y le permiten difundirse

Es así, que estamos ante una técnica que, en palabras de algún autor, “Constituye una respuesta a la crisis del sentido en las organizaciones y una herramienta de propaganda, un mecanismo de inmersión y el instrumento para hacer perfiles de los individuos, una técnica de visualización de la información y un arma temible de desinformación”⁷.

Esta última vertiente, la negativa, que también conviene conocer, no es la propia de nuestro estudio, aunque utiliza el mismo vector, articulado en torno a los conceptos de *relato* y *palabra*.

La conjunción de ambas modela y modula una forma de percibir lo narrado, en la que, como explica Luntz, “*lo importante no es lo que usted dice sino lo que la gente entiende*”⁸. Es decir, el concepto puede ser completamente difuminado o ampliado en función de cómo se relata.

Por ello, y pese a que se ha utilizado de forma notablemente negativa en la política y la empresa⁹, en realidad, bien planteado, el *storytelling* constituye también una experiencia positiva, pragmática y enriquecedora, que permite ampliar las posibilidades cognitivas introduciendo experiencias novedosas que redunden en el estímulo del conocimiento creativo y el aprendizaje teórico.

Ahora bien, no olvidemos que bajo otras denominaciones el *storytelling*, es decir, “el arte de contar historias”, ha estado siempre presente a lo largo de la historia de la humanidad, pues al llegar la noche toda la aldea se reunía alrededor de una hoguera y contaban historias. Así ha sido desde el principio de la humanidad y ha permanecido inalterable hasta nuestros días. Recordemos, como ejemplo cinematográfico de ello, lo expuesto en la película “Memorias de África” sobre el arte de “contar cuentos”, que es un elemento fundamental para la construcción de una deliciosa relación de amor, que comienza de una forma absolutamente inspiradora: “Yo tenía una granja en África, a los pies de las colinas de Ngong”. ¿Quién no querría seguir escuchando?

Esta forma de comunicación ha estado siempre presente y era la forma de trasladar el conocimiento a las generaciones futuras hasta que la comunicación escrita se generalizó y la población se alfabetizó. Por ello, en la actualidad, lo que cambia es tan solo el formato o canal por el que transmitir las historias, pero el elemento de la “palabra”, ya sea hablada o escrita, y del “relato” permanecen inalterables para transmitir historias y, por ende, para su conocimiento.

rápidamente. Cada vez más ONG, agencias gubernamentales o grandes empresas descubren la eficacia del *storytelling*”. SALMON, C., *Storytelling. La máquina de fabricar historias y formatear las mentes*. Editorial Península, Barcelona, 2019, p. 34.

⁷ SALMON, C. *op. cit.*, p. 34.

⁸ Para Luntz, uno de los grandes estrategias de la comunicación política, “Puede que usted tenga el mejor mensaje del mundo, pero la persona que está en el lado del receptor lo entenderá siempre bajo el prisma de sus propias emociones, prejuicios y creencias previas. No basta con ser correcto o razonable, o incluso brillante. La clave de una comunicación acertada es hacer un esfuerzo de imaginación para ponerse en el lugar de quien nos escucha y saber así qué está pensando y sintiendo en lo más profundo de su corazón y de su mente. Cómo percibe esa persona que lo que está usted diciendo es incluso más real, al menos desde un punto de vista práctico, que cómo usted se percibe a sí mismo”. LUNTZ, F. *La palabra es poder*. La Esfera de los Libros, Madrid, 2011, pp. 26-27.

⁹ Una visión extremadamente crítica de esta vertiente puede encontrarse en CHOMSKY, N. y RAMONET, I., *Cómo nos venden la moto. Información, poder y concentración de medios*. Icaria, Barcelona, 2010.

Es en lo que, en nuestra opinión, se sitúa el activo de primer nivel del *storytelling* en el ejercicio de la función docente, potenciándolo y haciéndolo más atractivo por resultar mucho más creativo. La creatividad, así, se sitúa como elemento que coadyuva intelectualmente el estudio, haciéndolo más ágil y cómodo, sin merma alguna de su calidad, y permite estimular e incrementar el interés de los estudiantes por el Derecho. Ello, porque en esta técnica es fundamental el receptor, es decir, se necesita de la participación del receptor, que completa la historia en su cabeza. De este modo, el narrador estimula la disposición del receptor a partir de tres componentes: la creación de una realidad sustituta (pero no artificial), su credibilidad y la capacidad de llamar y mantener la atención de espectador¹⁰. Serán estos tres elementos los que lograrán que el auditorio complete la técnica, pues le concederá el valor de “historia” que merece ser recordada (y transmitida), porque sin su participación sencillamente no hay historia¹¹. Si el estudiante no atiende, no presta atención, no emprende una escucha activa por lo estimulante de lo que le narran no habrá historia porque esta no será recordada, ni suscitará ningún aprendizaje en el alumno/a. Si el narrador, en nuestro caso el profesor, lo hace adecuadamente y sabe estimular la recepción del receptor/alumno, este participa activamente, aunque no sea consciente de ello, porque simplemente se queda enganchado a la historia casi sin esfuerzo.

Pensemos, por ejemplo, en la enseñanza de cualquier institución o concepto jurídico de especial trascendencia o dificultad. Algo que, como docentes -o, en su momento, estudiantes- nos pareció lleno de enorme complejidad. Ahora, tratemos de asociarlo a una historia real y, por ello, creíble, que nos permita introducirlo, aclararlo, limar sus aristas terminológicas y diluir el distanciamiento del alumno frente a su proceso de aprendizaje.

El resultado, indudablemente, es muy distinto, fundamentalmente, porque con el *storytelling*, el estudiante no es consciente de la asimilación, sino que retiene la historia y, a partir de ella, destila el tema que se pretende transmitir, recordando más fácilmente los temas y los conceptos, la terminología, etc.

Es ahí donde radica la virtualidad y la potencialidad de esta técnica y cómo, en nuestra opinión, puede transformar los clásicos –y aún válidos- métodos de estudio en las Ciencias Sociales y Jurídicas para adaptarlos a una modernidad presidida por la funcional omnipresencia de las *tablet*, los *smartphone* y la menor presencia del clásico papel. Una omnipresencia tecnológica que dificulta en grado sumo el tradicional aprendizaje y que, académicamente, debe ser utilizada como instrumento de mejora de la enseñanza universitaria.

Comparte, en ese sentido, con la *argumentación* y la *retórica* en redundar en el cómo se narra, pero difiere sustantivamente de ambas en cuanto al hecho narrado: veraz necesariamente en el caso del *storytelling*, donde la historia puede ser real para explicar algo concreto y creíble. Por ello, en suma, el sustrato de todas ellas es distinto, ya que la argumentación busca *indagar*¹² y la retórica, *persuadir*¹³, mientras que el *arte de contar*

¹⁰ URIEN, *op. cit.*, pp. 24 y 25.

¹¹ *Ibidem*, p. 25.

¹² Así lo entiende Weston, para quien la clave de la argumentación radica en que “Una vez que hemos llegado a una conclusión bien sustentada en razones, la explicamos y la defendemos mediante argumentos. Un buen argumento no es una mera reiteración de las conclusiones. En su lugar, ofrece razones y pruebas, de tal manera que otras personas puedan formarse sus propias opiniones por sí mismas”. WESTON, A. *Las claves de la argumentación*. Editorial Ariel, Barcelona, 2005, pp. 12-13.

historias busca *emocionar*. Son, pues, realidades distintas, que confluyen en algunos aspectos, pero que no pueden hacernos perder la perspectiva de la radical diferencia: la *racionalidad* de la retórica y la argumentación frente a la *emocionalidad* del *storytelling*. Si bien, todas ellas pueden ser compatibles con la función docente.

En el ámbito de la educación, en los últimos tiempos, se han extendido las experiencias en relación con el *storytelling*, especialmente en la educación no universitaria, donde destaca como puntero el *digital storytelling*¹⁴, que impulsa el desarrollo de nuevas competencias entre los estudiantes más jóvenes y, por lo tanto, más permeables y flexibles cognitivamente a la asunción de nuevos modelos de aprendizaje en los que lo tecnológico sea el vehículo de transmisión. Pero esto, no significa que no pueda ser aplicado a los grados universitarios como intentaremos demostrar.

3. VENTAJAS Y DESARROLLO DE COMPETENCIAS GENERALES EN LOS GRADOS UNIVERSITARIOS A TRAVÉS DEL *STORYTELLING*

3.1. El desarrollo de las competencias de la narrativa oral: el arte de contar bien las cuestiones jurídicas

La aplicación de la técnica del *storytelling* al estudio, comprensión y enseñanza del Derecho ofrece múltiples ventajas a la hora de mejorar la comprensión del denominado “hecho o conflicto jurídico”, es decir, la situación a resolver por la aplicación de las reglas jurídicas. Los profesores de Derecho con frecuencia nos encontramos ante la misma tesitura: las dificultades de aprendizaje de los estudiantes, por una alarmante carencia de habilidades de lectura comprensiva y generación de un discurso argumentado. Por tanto, la necesidad de la mejora de la dialéctica y oratoria jurídica y de comunicación oral y escrita en lengua nativa de los estudiantes es una cuestión esencial para el desarrollo posterior de la profesión de abogado, juez, fiscal, etc. Bueno, en realidad, es esencial para el desarrollo de otras muchas profesiones. Las historias pueden convertirse en el eje profesional de prácticamente todas las profesiones, no solo si eres novelista, dramaturgo o cineasta, sino también si eres maestro o profesor, comercial, terapeuta, psicólogo o, incluso, jefe de gabinete de cargos políticos¹⁵. Y

¹³ La persuasión o, más bien, su uso, puede ser positiva o negativa. Para Cattani, “Uno de los instrumentos de persuasión es la mentira, cuya existencia está estrechamente asociada a la del lenguaje, que al sustituir a las cosas hace posible la simulación, y una de sus manifestaciones más intrigantes es sin duda la posibilidad de mentir diciendo la verdad”. CATTANI, A. *Los usos de la retórica*. Alianza Editorial, Madrid, 2003, p. 148.

¹⁴ Sintetizan sus resultados Villalustre y Del Moral señalando que “La experiencia innovadora de introducir el diseño de digital storytelling en la formación inicial del profesorado de educación primaria puede considerarse como una interesante y motivadora estrategia didáctica para desarrollar de forma conjunta habilidades digitales y creativas. Al tiempo que se ha revelado como una práctica de trabajo colaborativo de gran potencia para dotar de competencias muy diversas a los estudiantes. Desde el manejo de herramientas informáticas, la elaboración de relatos apoyados en recursos digitales, el diseño de escenarios y personajes, la compleja creación de guiones para dar vida a historietas con una finalidad educativa, hasta la realización del montaje final secuenciado de imágenes, etc. han servido para potenciar las competencias lingüísticas y narrativas a partir de la lectura y escritura de relatos apoyados en imágenes”. VILLALUSTRE MARTÍNEZ, L. y DEL MORAL PÉREZ, M. “Digital storytelling: una nueva estrategia para narrar historias y adquirir competencias por parte de los futuros maestros”. *Revista Complutense de Educación*, Vol. 25, núm. 1, 2014), p. 130.

¹⁵ URIEN, *op. cit.*, p. 19.

obviamente, también en el caso de los letrados o abogados. En este sentido, recordemos que los técnicos del Derecho se conocen con el nombre de “letrado” que según la RAE debe ser entendido como: “sabio, docto e instruido que sabe y pone y escribe por letra” o “abogados” o *advocatus*, esto es, quien habla en nombre de otro ante quien le juzga. Por ello, los profesionales del Derecho han de manejar bien las palabras y el cómo exponer el relato de los acontecimientos para hablar por otros con rigor.

Las técnicas clásicas que suponen la lectura individual de textos jurídicos, la consulta de diccionarios de terminología jurídica, la redacción escrita e individual de casos prácticos que se resuelven en el aula y de la oratoria han demostrado una limitación notable en los resultados académicos. Es necesario, pues, centrarse en buscar otras técnicas que permitan la mejora de estas habilidades y competencias desde la participación activa del alumnado. Estos modos tradicionales de “enseñar” o “contar” el Derecho suponen una visión alejada del mundo actual, que redundará en un alejamiento y percepción negativa de los estudiantes del estudio y aprendizaje de las Ciencias Jurídicas, que se traduce en desidia y apatía porque no le resulta atractivo a ese hemisferio derecho del cerebro, frente a los más de 30.000 *inputs* de media y más de 6500 anuncios diarios entre televisión y redes sociales que reciben cada día. Pero esto no ocurre solo con los estudiantes universitarios, sino que es una de las características de las sociedades actuales en que el ciudadano está saturado de información, *fake news* y bulos y, obviamente, se muestra cada vez más escéptico.

Luchar contra esta tendencia a la desmotivación y el desapego por el Derecho se consigue aplicando, entre otras, la técnica del *storytelling*, ya que su objetivo es que el relato jurídico consiga destacar sobre el resto. Lo que traducido en términos coloquiales sería: “venderse bien” o, dicho de otro modo, “dar una primera buena imagen de uno mismo” tanto en lo que supone comunicación verbal como no verbal. De aquí que, para los profesionales de la palabra, no solo los comunicadores, sino todos aquellos que necesiten del manejo de la palabra, la redacción y la narrativa, sea recomendable que incorporen y manejen esta técnica en su actividad profesional diaria.

En pocas palabras, se trata de conseguir que nuestro relato sobresalga sobre el resto, es decir, sea “sobresaliente”; un relato tan potente que genere “impacto”¹⁶ en el oyente, auditorio o grupo de estudiantes, ya que, en ocasiones, no es tan importante lo que se dice como lo que se trasmite y cómo se dice para conseguir la atención activa del que escucha. No se trata de gritar, ni interrumpir más veces –como hacen muchos contertulios en los debates televisivos o radiofónicos–, sino cambiar la estrategia. La Revolución Francesa se puede contar de muchos modos: de forma tediosa o imprimiéndole un barniz de cambio liberador que atrape a los estudiantes en el relato y les permita visibilizar las consecuencias político-organizativas derivadas de aquellos acontecimientos. Lo importante es lo que hiciste sentir a tus estudiantes al escuchar qué pasó en aquellos trascendentales días de 1789, porque esto es lo que nunca se olvida.

¹⁶ Un ejemplo de ello lo constituyen sendas historias personales, de ámbito y matiz distinto, protagonizadas por uno de nosotros. Una, expuesta en 2017 en un Taller de Storytelling desarrollado por Acoidán Méndez, profesor de la Universidad Nebrija, relata la vivencia personal del fallido golpe de Estado del 23-F en 1981. Puede encontrarse aquí: <https://www.youtube.com/watch?v=PNvwBYorMcc>; la otra, más personal, cuenta la experiencia, con final inesperado, de la compra de un vestido de novia. Puede verse aquí: <https://www.youtube.com/watch?v=LkX3op8hiF4>

Ello “porque la fuerza secreta de las grandes historias surge en el interior de quien las cuenta, del núcleo propio de su ser”¹⁷.

Ahora bien, si bien es cierto que casi todo puede contarse como un cuento, en el caso del *storytelling* lo importante es que la historia sea real y propia del que la narra. Solo así, será creíble. Todos los profesores hemos observado de una forma casi-instintiva que los estudiantes recuerdan con mayor nitidez los ejemplos jurídicos o historias de carácter más personal, que los ejemplos en abstracto. Si el profesor o docente es capaz de crear un contexto creíble (porque, en realidad, lo que cuenta ocurrió) y lo acompaña de una narrativa atractiva, conseguirá captar la atención de sus alumnos y, por ende, que por unos minutos dejen de prestar atención a sus móviles. Y es que “lo probable no produce emoción alguna, es el círculo en el que nos movemos y nuestro cerebro nos ahorra la energía de emocionarnos (...) la emoción aparece en el terreno de lo posible. Cuando lo posible asalta lo probable (un atropello, por ejemplo), sentimos lo que se llama *sorpres*a y la sorpresa es la puerta a la emoción”¹⁸. Posible en el ámbito del Derecho es casi todo: reparto de herencias, accidentes de tráfico, reclamación de multas, acoso en redes, manifestaciones que no terminan de un modo pacífico, tratamiento de la discapacidad, discriminación por razón de género, raza o condición sexual, incumplimientos contractuales, problemas con arrendamientos, ocupación de viviendas, etc.

En la terminología actual, esto es lo que los *influencers* denominan “generar contenido novedoso”. Esta es la gran ventaja del *storytelling* sobre otras técnicas en la enseñanza del Derecho, pues permite “generar un conocimiento jurídico real”, creíble y atractivo para los estudiantes, que permite esa imprescindible conexión emocional con el docente y la asignatura impartida. Para ello, es fundamental que las historias seleccionadas sean experiencias personales vividas, porque el *storytelling* va más allá de las ya aburridas por conocidísimas presentaciones en *ppt*. Es un plus, un valor añadido incalculable por lo que genera de comprensión e interiorización de la materia, amén del gusto por la misma.

La mente humana es un procesador narrativo¹⁹, que necesita de historias que incluyan un cambio. Así lo cree también Urien que afirma que “las historias existen porque nuestra mente está configurada para relacionar unos hechos con otros, para darle sentido a esa hilazón, aunque no la tenga necesario”²⁰.

De ahí que solo las grandes historias triunfen, pues suponen un cambio en los protagonistas o en su contexto y, sobre todo, un cambio en los valores sociales y, por ende, jurídico-constitucionales. Es decir, con el *storytelling* se busca el avance de las sociedades democráticas. Hasta el punto de que, en los entornos de los partidos políticos, los actuales “gurús” de la comunicación hablan de la “construcción del relato” del líder o de sus políticas, porque esto es lo que, en el futuro, se contará de ellos. Murió el concepto de “audiencias cautivas”, más o menos fáciles de captar, afirma Núñez²¹.

¹⁷ GAY ZARAGOZA, *op. cit.*, p. 99.

¹⁸ URIEN *op. cit.*, p. 29.

¹⁹ GAY ZARAGOZA, *op. cit.*, p. 52

²⁰ URIEN *op. cit.*, p. 25.

²¹ NÚÑEZ, *op. cit.*, p. 22.

Las posibilidades técnicas actuales permiten una reformulación de estos métodos clásicos y el desarrollo de nuevas estrategias de mejora de las competencias tan básicas y generales como la comunicación oral y escrita. El objetivo es, pues, recuperar la “pasión” y el “gusto” por el estudio del Derecho, que suele ser considerado como algo mecánico, tedioso, aburrido y poco motivador. Para ello, es imprescindible lograr la conexión emocional y la participación activa del estudiante en el aprendizaje, además de la superación del miedo escénico y la mejora de la exposición oral de discursos y exposiciones jurídicas. Es fundamental, implicar a los estudiantes activamente para la generación de este sentimiento; sentimiento que no debe ser confundido con sentimentalidad o emocionalidad desbordante, sino con la conexión intelectual con la historia. Solo se aprende aquello que se practica y en lo que se toma parte activa. Por ello proponemos el uso de la técnica del *storytelling* o “arte de contar una historia”, que supone contar una historia para conseguir un determinado fin: informar, motivar, enseñar el Derecho.

Recordemos que la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico en abril de 2017 incluyó al *storytelling* entre las 6 habilidades estratégicas para el desarrollo de la innovación²². Aunque es importante tener en cuenta una serie de estrategias para tener éxito en esta empresa y la primera de ellas es seleccionar una historia inspiradora, con gancho. Solo así conseguiremos estimular la actividad cerebral que nos llevará a la acción²³. La historia jurídica deberá estar bien construida para que resulte interesante o entrañable, o inspiradora o, incluso, apasionante. Solo así la recordaremos nítidamente, pues la liberación de oxitocina generará bienestar en el estudiante y su interés por el “factor jurídico” aumentará y le resultará motivador. Como afirma Núñez, un buen relato huele, tiene textura, se puede ver, aunque, no tenga soporte visual²⁴. Esto es lo verdaderamente difícil: hacerse y manejar adecuadamente las estrategias propicias por parte del docente para conseguir el objetivo de un aprendizaje eficiente. Si bien es importante tener siempre presente que el Derecho ofrece infinitas posibilidades de contar historias, pues todos en algún momento nos hemos enfrentado a situaciones donde el “hecho jurídico” está presente, incluso para los jóvenes estudiantes, que pueden aportar sus propias historias o las escuchadas en su familia. Así, a los ejemplos ya expuestos, podemos añadir: el ejercicio del Derecho de voto de personas con ciertas discapacidades, la declaración del estado de alarma, la vulneración de derechos fundamentales, los juicios mediáticos, las denuncias falsas, la designación como miembro de un Jurado popular, la función de los jueces de paz en los municipios rurales, los procesos matrimoniales, las acciones de inclusión educativa de personas con capacidades especiales en temas como la consecución del sufragio femenino, la conciliación familiar y laboral, la violencia de género (física o psicológica) y la violencia intra familiar, la discriminación de la mujer en el franquismo, la educación inclusiva, el *mobbing* académico o laboral, los desahucios, etc. Es más, en el fondo, desde que nos levantamos hasta que nos acostamos, todo lo que nos rodea es jurídico. Desde ese despertador que compramos en Amazon y no sonó para despertarnos y perdimos el vuelo, o bien si mi vecino troca el trombón a todas horas para conseguir entrar en la orquesta del Teatro Real.

²² URL: <https://www.oecd.org/centrodemexico/medios/primera-evaluacion-sobre-el-bienestar-de-los-estudiantes-pisa.htm>, , fecha de consulta 11 de agosto de 2021. Interesa también la lectura de: OCDE, “El trabajo de la OCDE sobre educación y competencias” (URL: <https://www.oecd.org/education/El-trabajo-de-la-ocde-sobre-educacion-y-competencias.pdf>, fecha de consulta 11 de agosto de 2021).

²³ GAY ZARAGOZA, *op. cit.*, p. 33.

²⁴ NÚÑEZ, *op. cit.*, p. 28.

Pero, como ya hemos expuesto, a la hora de contar este tipo de hechos hay que saber manejar la técnica narrativa de un modo eficaz. Recordemos que la mayoría de las historias y relatos que contamos se corresponden con la tipológica de Christopher Booker (2004)²⁵, que establece las siguientes clases de argumentos centrales de cada historia:

1. Vencer al monstruo. Tal modelo lo hallamos en películas como *Tiburón* o *James Bond 007*, así como en cuentos de hadas de transmisión oral como *Caperucita Roja* o *Hänsel y Gretel*.
2. De pobres a ricos. Patrón que hallamos en los cuentos clásicos *Cenicienta*, *Aladino* y *El patito feo*, y en películas como *David Copperfield*.
3. La búsqueda. *El Señor de los Anillos* y *La Odisea* son modelos representativos. En ello, sus protagonistas emprenden aventuras en las que asumen numerosos riesgos que sortean exitosamente. De ellas, siguiendo a Virgilio, podemos extraer la moraleja de que *Audentes fortuna iuvat*.
4. Viaje y retorno. En este esquema, que presenta concomitancias con el anterior, advertido en *Peter Pan* o *El Mago de Oz*, suele incluirse una vuelta a la seguridad del hogar.
5. Comedias. En las obras de este género, desde el griego Aristófanes hasta nuestros días, al margen de otras consideraciones, hallamos un denominador común: una verdad redentora sale a la luz.
6. Tragedia. El héroe se ve tentado a cruzar la línea de lo ilícito. Si lo hace, cae por osado. Como modelos, pueden mencionarse *Ícaro*, *Dr. Jekyll y Mr. Hyde* o *Fausto*.
7. Renacimiento. Una fuerza superior atrapa al héroe o a la heroína, pero el final es feliz para ellos. Buen ejemplo lo constituyen *Blancanieves*, *La bella durmiente*, *Crimen y Castigo* o *Cuento de Navidad*²⁶.

Además de identificar ante qué tipo de conflicto nos encontramos, habrá que analizar también los tipos de conflicto presentes en la historia, que por lo general suelen ser tres:

1. Internos, es decir, de los personajes con sí mismos.
2. Externos, es decir, entre los diferentes personajes.
3. Con su entorno, es decir, de los personajes con su entorno.

En el ámbito de las Ciencias Jurídicas, los dos últimos son los más apropiados y frecuentes, pues los conflictos de tipo interno responden a un tipo de conflicto que no está llamado a ser resuelto jurídicamente, sino que se trata de un dilema o conflicto ético, religioso o moral.

²⁵ BOOKER, C. *The seven basic plots. Why we tell stories*, London, Bloomsbury, 2004.

²⁶ Las clasificaciones son varias y la selección de tipos de relatos y su denominación es ciertamente variada. Así, por ejemplo: NUÑEZ, *op. cit.*, pp. 156 y ss. Ofrece otra interesante clasificación que parte del "Arquetipo del inocente", que obviamente, en el ámbito del Derecho Penal tiene un amplio valor en el aprendizaje de esta disciplina jurídica.

Por otra parte, en una misma historia puede haber varios conflictos, lo que engrandece la historia y la hace todavía más atractiva. Recordemos el *impeachment* de Bill Clinton por el caso *Lewinsky* o el caso de los Gal y la imputación del Ministro de Interior José Barrionuevo. En el primero se mezclaba lo privado, con lo público, la figura de la Presidencia de los Estados Unidos se convertía en un hombre de carne y hueso con pasiones mundanas. Quizás por ello, el grado de atención de la audiencia estadounidense y mundial sobre el mismo fue intensa y extensa. Como el caso *Watergate* y la caída de Richard Nixon, o el asesinato de Kennedy y el sinfín de teorías conspiratorias. Son tantos los ejemplos como los países. Pensemos en golpe de Estado del 23 de febrero de 1981. ¿Quién no tiene algo que contar al respecto de cómo lo vivió? ¿O los atentados del 11-S? ¿O los atentados de 11 de marzo en Madrid? Todos recordamos qué estábamos haciendo en ese momento y el cambio que supuso en nuestras vidas.

Según el caso que pretendamos describir en clase habrá que hacer previamente un análisis que permita una adecuada selección del tema. Al igual que, según el caso que debamos defender ante un tribunal, habrá que elegir adecuadamente un tipo u otro tipo de relato. Lo fundamental es conseguir una serie de objetivos estratégicos que consideramos fundamentales, como la mejora de las competencias generales y específicas siguientes:

- a. Capacidad de análisis y síntesis
- b. Comunicación oral y escrita en lengua nativa
- c. Compromiso ético
- d. Que los estudiantes conozcan y dominen el marco normativo regulador de las relaciones y de las instituciones jurídico-públicas.
- e. El desarrollo de la dialéctica y oratoria jurídica.
- f. Que los estudiantes sean capaces de aplicar los conocimientos teóricos a la práctica.

Con esto, se consigue la optimización del rendimiento de los estudiantes, la reducción del fracaso académico y el abandono y la implantación de metodologías activas de docencia, que además sirven para generar valor social y transferencia de conocimiento científico, es decir, revertir a la sociedad lo que de esta se ha recibido para el desarrollo de nuestra actividad docente.

El objetivo no es otro que tratar de mejorar la comprensión narrativa y su exposición, a través de la previa integración del “saber jurídico”, ayudando, así, a conformar una verdadera “opinión pública libre”²⁷, gracias a la aplicación racional de la que Núñez denomina “Economía de la Atención”, y es que las nuevas tecnologías de la era de Internet 2.0 (más aún la 3.0) ha provocado que el centro de poder de la “Economía de la Atención” haya cambiado de manos²⁸. Así, “Zapatero, Calderón o

²⁷ Según los datos que recoge NUÑEZ, *op. cit.*, p. 71: “En España, Gobierno y medios de comunicación se sitúan los penúltimos y últimos en la lista de credibilidad, contando con la confianza tan solo el 33% y el 35% de los encuestados respectivamente”, según el Sexto Barómetro de Confianza de la Agencia de relaciones públicas, Edelman (URL: <https://www.edelman.lat/estudios>, fecha de consulta: 13 de agosto de 2021).

²⁸ NUÑEZ, *op. cit.*, p. 21

Uribe tienen que esforzarse más de lo que lo hizo Felipe González para comunicarse con los demás. Los periódicos *Miami Herald* o *El País* lo tenían más fácil antes que ahora, Bush padre lo tuvo más fácil que Bush hijo. Los primeros telediaristas de Televisión Española lo tuvieron más fácil que los de la CNN o Al Yaziraz hoy. Fuentes, Gabo o Vargas Llosa lo tuvieron más fácil que Volpi, Bolaño o Ruiz Zafón. Isabel Preysler, lo tuvo más fácil que Carolina Adriana Herrera. El Banco Santander lo tuvo más fácil que el Santander Central Hispano. *Vacaciones en el mar* o *Dallas* lo tuvieron más fácil que *Betty la Fea* o *House*²⁹. Y así podemos seguir *ad infinitum*. Sánchez lo tiene más difícil que Zapatero y su apelación constante al “talante”, como cualquier serie o película que intenten superar a *Juego de Tronos* como *The Crown* o *Pretty Woman* también lo tuvo más fácil que *Avatar* o *Titanic*. No digamos los diarios tradicionales con los confidenciales en red, etc.

Como decíamos, ahora el relato tiene que generar mayor capacidad de enganche. Tiene que ser un buen relato que huela bien, tenga textura, se pueda ver aunque no tenga un soporte visual, y estar trufado de sabores³⁰. Estos sabores serán las emociones que generan, que en el caso de las Ciencias Jurídicas podrán ser: la lucha contra la injusticia, la vigilancia del poder, la consecución de la igualdad procesal, etc. Solo así, “los relatos son altamente pedagógicos, favorecen la síntesis y el recuerdo y proporcionan un contexto a sus enseñanzas. También fomentan la cohesión de un grupo, pues un país, empresa o grupo de personas con relatos compartidos tiene más posibilidades de vivir y trabajar en armonía”³¹.

3.2. La narrativa y los escritos judiciales

Debemos partir del siguiente axioma: “De la calidad de nuestras historias dependerá nuestra reputación”³². Lo que, aplicado a los escritos judiciales, se puede traducir en que “de la calidad de nuestros escritos dependerá nuestra reputación profesional”. Ahora bien, cómo hacer que nuestros escritos sobresalgan frente a otros. Pues utilizando ese factor emocional del que hablábamos.

Ciertamente, en el Derecho la estructura jurídica es mucho más rígida que en otros casos, pero aún así, si se sabe manejar adecuadamente la técnica, se puede conseguir, con el mínimo esfuerzo, superar el estilo tradicional de comunicación que solo estimula el hemisferio izquierdo y estimular el hemisferio derecho, que hará que el operador judicial preste más atención a nuestro relato jurídico.

Pongamos un ejemplo real. El supuesto es sencillo, fallecimiento del tutor de un incapacitado judicialmente y designación del nuevo tutor. Una vez que se cuenta con la resolución judicial firme de la concesión de la tutela, la nueva tutora analiza el patrimonio del tutorizado y la información bancaria refleja “diversas irregularidades de especial relevancia” sobre las que entendemos este Juzgado debe pronunciarse, dice la demandada, que sigue del siguiente modo: “**Resulta pues que desde el fallecimiento del anterior tutor, el tutelado ha incrementado sustancialmente su capacidad de ahorro, hecho que hace saltar las alarmas (...) Ya explicaremos el por qué**”. A ello

²⁹ *Ibidem*, pp. 20 y 21.

³⁰ NUÑEZ, *op. cit.*, p. 28.

³¹ NUÑEZ, *op. cit.*, p. 29.

³² GAY ZARAGOZA, *op. cit.*, p. 95.

se une que “don..., detraía de forma sistemática y de corrido, siguiendo un patrón repetitivo, disposiciones en efectivo de **ingente cantidad de dinero** de la citada cuenta de Don..., llegando en un mismo día a sacar la nada desdeñable cifra de 15.000€, sin que se conozca justificación alguna de a qué gastos necesarios se debían las mismas o si se rindió cuenta (...) Se adjuntará al final de este escrito extracto de la citada cuenta bancaria dónde pueden apreciarse todas las disposiciones en efectivo, siendo las mismas escandalosas, llamando especialmente la atención una disposición de efectivo de 1.500.-€ un 31 de diciembre, lo cual denota que el comportamiento delictivo del anterior tutor, quien a buen seguro ni pidió autorización, ni mucho menos rindió cuentas, pues seguramente, y dicho en términos de defensa, **el dinero fue a parar a comprar gambas y percebes**. E igualmente otra disposición en efectivo de 2500 euros en el mes de agosto que, con toda probabilidad, fueron destinadas a pagar la **factura del hotel y consumiciones en el chiringuito playero anterior tutor**”.

Las partes resaltadas en negrita son las que activan esa parte derecha del cerebro, pues lo conectan con el sentimiento de injusticia. El escrito cumple con las formalidades jurídicas, pero haciendo uso de la ironía hace que se desmarque del clásico escrito, que simplemente haría una relación de las cantidades detraídas en efectivo por el anterior tutor y consigue generar un mayor efecto en el receptor. Dicho de otro modo, si tan solo te limitas a “una presentación racional cargada de cifras, datos, cláusulas, seguros, planes de previsión, ten por seguro que te costará mucho persuadir”³³ o, en nuestro caso, llamar la atención del juez/a que tiene una ingente cantidad de casos que resolver.

En el actual mundo del Derecho ya no ganan solo los grandes bufetes de reconocido prestigio, gana el mejor relato aunque sea de un abogado de oficio. Así lo demuestra incluso la tasa de admisión de demandas de recursos de amparo interpuestas ante el Tribunal Constitucional, que rechaza demandas de grandes despachos de cientos de folios y admite las de un abogado de oficio de apenas una decena. ¿Por qué? Pues porque el relato de la vulneración del derecho fundamental es creíble y la explicación del mismo ha sido la adecuada.

3.3. Storytelling y mejora de la terminología jurídica

Obviamente, en el desarrollo de este objetivo nos encontramos con un factor a tener en cuenta y que puede complicar la exposición del relato, como es el uso de una adecuada terminología jurídica específica. Si bien incluso es de gran ayuda en el aprendizaje de esta de una forma casi intuitiva.

No cabe duda que dominar el lenguaje jurídico debe seguir siendo una habilidad como lenguaje técnico y especializado que es. Pero empezar a entenderlo y utilizarlo no es fácil, si se siguen los usos clásicos, es decir, si nuestro modelo docente se corresponde con el de la lección magistral en la que el profesor repite lo que se dice en un manual, escrito a su vez por un jurista, que domina dicha terminología. Por estos motivos, consideramos que es fundamental y prioritario, en primer lugar, comprender lo que se quiere contar. Solo así será posible atinar y encontrar el vocabulario técnico-jurídico apropiado. Lo principal y básico es conseguir trasladar al estudiante una adecuada comprensión de cuando hay un “conflicto” que el Derecho debe resolver o dar una respuesta. Para ello, comprenderlo primero es esencial para estructurarlo

³³ NUÑEZ, A., *¿Será mejor que lo cuentes! Los relatos como herramientas de comunicación*, Empresa activa, Barcelona, 2007, 2ª ed., p. 29.

adecuadamente mentalmente, para después trasladarlo al papel si fuera necesario para eliminar el elemento caótico muy frecuente en algunos profesores poco avezados en este tipo de herramientas educativas. Es decir, repensarlo, releerlo, integrarlo y solo después preocuparse de un adecuado uso de la terminología jurídica. Para esto también es útil una primera simplificación del término, cuestión esta, en la que también trabaja el grupo ARCODE, recientemente creado en la Universidad Rey Juan Carlos e integrado por juristas y filólogos, que busca acercar el conocimiento jurídico a no juristas o legos en Derecho. Un proyecto innovador que también se aplica a los estudiantes de grado en sus primeros años en Ciencias Sociales y Jurídicas, con notable éxito.

Y es que, para entender un término jurídico se suele recomendar acudir a diccionarios. Pero los diccionarios de uso cotidiano no captan los matices jurídicos en la mayoría de los casos, ya que utilizan una serie concatenada de más términos jurídicos que los estudiantes recién incorporados a la universidad tampoco comprenden. Se crea así un “bucle de incomprensión” en la lectura y exposición narrativa que impide un adecuado aprendizaje. Por ello, el grupo ARCODE trabaja en el modesto objetivo de reducir la utilización excesiva de “términos jurídicos” en la explicación de su significado. Esto se realiza con sencillos vídeos de una extensión inferior al minuto en la que, previamente, el estudiante ha escogido y estudiado un término jurídico concreto que, después, tiene que “traducir” coloquialmente –pero no vulgarmente-, para favorecer su conocimiento.

Ahora bien, según Gay Zaragoza, no es tanto la palabra escrita sino la exposición oral la que garantiza el éxito a la hora de comunicar, pues esto viene condicionado por;

- Las palabras que se usan: 7%
- El tono de voz que se emplea: 38%
- La comunicación no verbal: 45%

Pensemos, por ejemplo, en un juicio por jurado popular. Aquí el grado de importancia de la comunicación no verbal y el tono de voz, la entonación empleada y la conexión emocional con el jurado es fundamental. Mucho más que el uso de terminología jurídica rebuscada que solo ahondará en la incomprensión de los legos en Derecho. Igual ocurre con los estudiantes de los primeros cursos de Grado, que son legos en Derecho, y los profesores tendemos a tratarlos como juristas reputados con frases y explicaciones engoladas y repletas de una terminología incomprensible para ellos.

4.CONCLUSIONES

La técnica del *Storytelling* aplicada a la docencia en el ámbito de las Ciencias Jurídicas constituye, por lo que acabamos de relatar, una oportunidad de innovación docente en la que se conjugan, de forma clara y precisa, la necesidad de explicar una cuestión compleja a través de sencillos y breves relatos en los que lo más relevante es el cómo se transmite, cómo se narra la historia.

El *arte de contar historias* define así, parafraseando el célebre aserto de McLuhan –el medio es el mensaje- el contenido narrado, no transmutándolo ni

transformándolo, sino dotándolo de una nueva entidad cognitiva, permitiendo, así, que sea más fácilmente comprendido y asimilado.

Esto resulta esencial en la Ciencia del Derecho, no siempre dotada de claridad expositiva. La creatividad y el impulso creativo, así, impulsan una nueva metodología de enseñanza aplicada en la que el *estímulo de lo narrado* sustituye temporalmente el *objeto de lo que se narra*, convergiendo ambos, lo que facilita el estudio de cualquier elemento complejo.

Para contar bien una historia hay que satisfacer adecuadamente las nuevas demandas de los estudiantes universitarios de hoy en día, que no tienen mucho que ver con los de la década de los 70 u 80. El mundo, las sociedades democráticas, en estos últimos 30 años, han evolucionado de tal modo que los métodos clásicos no son suficientes. En definitiva, contar bien una historia consistirá en responder satisfactoriamente a las demandas de un nuevo alumnado, es decir, conseguir que estos comprendan, interioricen, integren y aprendan a manejar la Ciencia jurídica y no solo su mera memorización sin aprendizaje alguno. Esto, sin embargo, exige una mayor profundización, que excede del contenido reservado a estas breves líneas, pero que esperamos analizar en un futuro no muy lejano.

5.- BIBLIOGRAFÍA

- BOOKER, C. *The seven basic plots. Why we tell stories*, London, Bloomsbury, 2004.
- CATTANI, Adelino. *Los usos de la retórica*. Alianza Editorial, Madrid, 2003.
- CHOMSKY, Noam y RAMONET, Ignacio. *Cómo nos venden la moto. Información, poder y concentración de medios*. Icaria, Barcelona, 2010.
- GAY ZARAGOZA, V., *El camino amarillo. 7 pasos para tener éxito contando una historia*, Plan B, Zaragoza, 2017.
- LUNTZ, Frank. *La palabra es poder*. La Esfera de los Libros, Madrid, 2011.
- NUÑEZ, A., *¿Será mejor que lo cuentes! Los relatos como herramientas de comunicación*, Empresa activa, Barcelona, 2007, 2ª ed.
- OCDE, "El trabajo de la OCDE sobre educación y competencias" (URL: <https://www.oecd.org/education/El-trabajo-de-la-ocde-sobre-educacion-y-competencias.pdf>, fecha de consulta 11 de agosto de 2021).
- SALMON, Christian. *Storytelling. La máquina de fabricar historias y formatear las mentes*. Editorial Península, Barcelona, 2019.
- URIEN, H., *El arte de contar bien una historia*, Alienta ed. Barcelona, 2020.
- URL: <https://www.oecd.org/centrodemexico/medios/primer-evaluacion-sobre-el-bienestar-de-los-estudiantes-pisa.htm>, , fecha de consulta 11 de agosto de 2021.
- URL: <https://www.edelman.lat/estudios>, fecha de consulta: 13 de agosto de 2021.
- VILLALUSTRE MARTÍNEZ, Lourdes y DEL MORAL PÉREZ, Mª Esther. "Digital storytelling: una nueva estrategia para narrar historias y adquirir competencias por parte de los futuros maestros". *Revista Complutense de Educación*, Vol. 25, núm. 1, 2014.
- WESTON, Anthony. *Las claves de la argumentación*. Editorial Ariel, Barcelona, 2005.