

6 METODOLOGÍA ACTIVA: STORYTELLING*

Un estado del arte para su implementación en el proyecto educativo institucional de la UNAC.

Jennifer L. Arias M.¹
Nancy Esther Ruiz G.²
Laura D. Vera V.³

Resumen

El objetivo de esta investigación es consolidar un estado del arte de la metodología activa *Storytelling*, que permita implementarla en un futuro, en el proceso de enseñanza-aprendizaje de los estudiantes y docentes de la Corporación Universitaria Adventista (UNAC).

La metodología general del proyecto es cualitativa. Para la revisión se utilizará la metodología de investigación documental, a fin de conocer el fenómeno y abordarlo de manera holística por medio de documentos

*Capítulo de libro de investigación resultado del proyecto titulado "PROYECTO INSTITUCIONAL DE METODOLOGÍAS ACTIVAS: *STORYTELLING*"

1 Licenciada en Matemáticas, Especialista en Didáctica de las Ciencias y Magíster en Enseñanza de las Matemáticas. Lugar de trabajo: Corporación Universitaria Adventista. Correo electrónico: jarias@unac.edu.co

2 Experta en Teacher Development Interactive (TDI), del Hunter College, de Nueva York, Licenciada en Administración Educativa, Especialista en Educación Personalizada, Candidata a Magíster en Teaching English as a Foreign Language. Lugar de trabajo: Corporación Universitaria Adventista. Correo electrónico: nruiz@unac.edu.co

3 Ingeniera Civil. Aspirante a Especialista en Docencia. Lugar de trabajo: Fundación Educativa para el Desarrollo del Ser Humano. Correo electrónico: laura.verav@unac.edu.co

científicos, tomados de diferentes bases de datos. Para la etapa de fundamentación, el protocolo de investigación se ajustó a los lineamientos y pasos sugeridos por la guía PRISMA para revisiones documentales, la guía COREQ para estudios de investigación cualitativa. Para el análisis de contenido se utilizó el protocolo de Resumen Analítico de la Investigación (RAI).

Los resultados presentados son parciales y entre los más representativos se destaca que el Storytelling permite fomentar el trabajo colaborativo y en equipo, también fomenta y da herramientas para la indagación académica; el Storytelling permite la reflexión crítica en el estudiante y el desarrollo integral de las capacidades, actitudes, habilidades y valores.

Palabras clave: Storytelling, metodología activa, aprendizaje, enseñanza.

Abstract

The objective of this research is to consolidate a state of the art of the active Storytelling methodology, which allows it to be implemented in the future, in the teaching-learning process of the students and teachers of the Adventist University Corporation.

The general methodology of the project is qualitative. For the review, the documentary research methodology will be used to understand the phenomenon and address it holistically through scientific documents, taken from different databases. For the foundation stage, the research protocol was adjusted to the guidelines and steps suggested by the PRISMA guide for documentary reviews, the COREQ guide for qualitative research studies. For content analysis, the Research Analytical Summary (RAI) protocol was used.

The results presented are partial and among the most representative it is highlighted that Storytelling allows fostering collaborative and

team work, it also encourages and provides tools for academic inquiry, Storytelling allows critical reflection in the student and the comprehensive development of skills, attitudes, skills and values.

Key words: Storytelling, active methodology, learning, teaching.

INTRODUCCIÓN

Desde la antigüedad, el hombre ha buscado la manera de transmitir información a las próximas generaciones, aportándoles valores, lazos de unión (linaje) y ayudando a establecer su reputación entre las tribus rivales y su relación con el entorno, como los accidentes geográficos, la flora o la fauna. El *Storytelling* nace como una forma de adaptarse a las distintas necesidades que la sociedad ha tenido de transmitir historias de sus vivencias a las siguientes generaciones.

Las historias permiten transmitir información por medio de relatos usando palabras o imágenes, por lo que el *Storytelling* es usado como forma de comunicación, el cual ha permitido el cambio de pensamiento en las sociedades. El contar y escuchar historias nos invita a establecer y estrechar vínculos con las personas que nos rodean, nos hace sentir acogidos y nos permite comprender a los protagonistas del relato que, en muchas ocasiones, comparten nuestros pensamientos, gustos, inquietudes, etc. (Fog, Budtz, Munch, Blanchette, 2003).

Además, otra de las necesidades del nacimiento de esta metodología radica en que el ser humano dedica parte de su tiempo al entretenimiento, como los juegos en los coliseos, las obras de teatro, las obras de cine, la música y los videojuegos; estas formas son de modo simultáneo formas de entretener, de enseñar, de mostrar o de reflejar situaciones de la vida diaria, o historias del pasado (Oronoz, 2016).

DESARROLLO

DESARROLLO HISTÓRICO DEL *STORYTELLING*

A continuación, se describe la evolución histórico-epistemológica de la metodología *Storytelling*, teniendo en cuenta su adaptación a cada época:

Durante la prehistoria

Desde hace *40.000¹ años se registra el uso del *Storytelling*, por medio de pinturas rupestres, que se han encontrado en rocas y cavernas, las cuales cuentan la historia de la humanidad; estas pinturas exponen que el ser humano desde los tiempos prehistóricos buscaba crear un sistema de representación que fuese de utilidad para transmitir información a las próximas generaciones (Ornoz, 2016).

Las pinturas rupestres proceden de hace más de *36.000 años, y son la forma de representación más antigua, para la cual solían utilizar colores extraídos de pigmentos naturales, es decir, vegetal, animal o mineral, que al mezclarse podían producir colores como el blanco, el negro, el amarillo, el ocre, el naranja o el rojo (Hernández, Pellicer y Cardito, 2006).

Edad Antigua y Edad Media

El *Storytelling* durante esta época se adaptó, según el desarrollo social, a través de los juegos en los coliseos romanos y los jeroglíficos egipcios.

Los juegos en los coliseos romanos son clara muestra de *Storytelling*, ya que eran los espectáculos públicos que se realizaban en aquella época para divertir, recrear, honrar a los dioses y enseñar, a través de historias representadas teatralmente.

¹ Nota del Editor. La cronología adoptada por la Corporación Universidad Adventista se sustenta en la Biblia, por lo que el relato de la creación en Génesis es aceptado como literal.

De igual forma, Martínez (2021) señala que para esta época la escritura jeroglífica superaba la representaciones directas, pues conformaba un sistema complejo de signos que se leía como las escrituras alfabéticas de la modernidad y que dejaba mensajes al punto, más que todo de índole religiosa o para enaltecer el poder faraónico.

Durante estos periodos, se encuentra desarrollada la escritura y también las representaciones artísticas. Entre estas se encuentran los jeroglíficos egipcios, que se establecen como un método de escritura inventado por los antiguos egipcios y se caracteriza por el uso de signos; este sistema de escritura se usaba para gestionar los recursos de la civilización, como agua y alimentos (Oronoz, 2016).

Durante la Edad Moderna y Edad Contemporánea

Durante esta época, el *Storytelling* está presente en diversos ámbitos y de diferentes formas, ya que fue usado en la campaña de Napoleón, con la ayuda de Charles Joseph Minard, el cual fue reconocido por su trabajo en el terreno de los gráficos informativos, estadísticos y técnicos (Oronoz, 2016).

En esta campaña, Napoleón sintiéndose traicionado, respondió con una declaración de guerra en 1812 y movilizó a la Grand Armée, compuesta por 600.000 hombres provenientes de todas las partes del Imperio, que estaban dispuestos a luchar por Francia. Las tropas galas consiguieron buenos resultados al inicio de la contienda y fueron capaces de invadir el territorio ruso durante seis meses (Muñoz, 2013). Sin embargo, no obtuvieron el éxito.

***Storytelling* en la actualidad**

El *Storytelling* en la actualidad logra su alcance en diversos ámbitos, como lo son el marketing, la representación de datos, la educación, la fe, entre otros.

En el marketing y empresa, esta metodología es un medio básico para transmitir mensajes e historias y conectar con el público; Oronoz (2016) afirma que “Un ejemplo de esta práctica son los anuncios en los que inducen a relacionar de manera inconsciente un producto con una sensación agradable, para de esta manera, hacerte comprar ese producto en cuando lo ves” (p. 10).

En la representación de datos, el *Storytelling* ha tenido y tiene uno de los usos más importantes. Oronoz (2016) también afirma que “Su importancia se debe a que hoy en día cada segundo se generan millones de datos de todo tipo en todo el mundo y es básico generar información útil. Los datos debidamente tratados permiten generar gráficas, realizar estudios” (p. 11). Como la posibilidad educativa y formativa de construcción

En la educación se analiza que esta metodología ayuda a los estudiantes a entender los temas de manera más sencilla y productiva, siendo cada uno protagonista de la historia que permite trabajar el aprendizaje colaborativo, la motivación y la creatividad. Por ejemplo, García Esteban (2014) el blog y Youtube en su artículo en inglés “Desarrollo del Aprendizaje Autónomo para la Competencia Oral Utilizando la Narración Digital”, plantea que la narración digital se ha utilizado ampliamente para ayudar a los alumnos a comunicar sus propias historias de forma eficaz, ya que puede ser una actividad centrada en el alumno cuando el tema está relacionado con su vida diaria y su tema personal.

En cuanto a la fe, Atta-Alla (2012), en su artículo “Utilizando el *Storytelling* para integrar la Fe y la Enseñanza”, muestra la experiencia vivida de los maestros cristianos que enseñan inglés como segunda lengua, y el *Storytelling* se ha utilizado como herramienta de transformación. De la misma manera, Whilhoit (1991) utilizó el término “aprendizaje transformacional” al describir la integración de la fe y el aprendizaje,

que abarca la perspectiva general que las personas adquieren cuando aprenden en una atmósfera abierta a la dirección de Dios y buscan encontrar significados que se centran en Dios.

ACEPCIONES DE LA METODOLOGÍA STORYTELLING

El Storytelling o arte de contar relatos, es una práctica antiquísima y una de las primeras formas de enseñanza, así como lo manifiesta López (2016), y cómo se puede evidenciar en su desarrollo histórico.

En el marco de este contexto histórico, se puede evidenciar que el *Storytelling* ha pasado de ser “simple cuestión de cuentos” a ser la unión del arte y la técnica que sirven para ajustar y narrar una historia que permita en los oyentes obtener emociones, ya sea oral y presencial o por medio de TIC, teniendo como fin el transmitir mensajes (Cortés y Galar, 2015).

Y es que no es extraño evidenciar este gran cambio, cuando en la actualidad el *Storytelling* se describe como una estrategia de influencia y persuasión que utiliza todo tipo de códigos en el ámbito de la enseñanza y el aprendizaje. Desde hace aproximadamente 40.000 años, se ha querido contar historias de las diversas épocas y culturas, y cabe resaltar que en las últimas décadas se ha revalorizado y extendido a muchas disciplinas intelectuales, por lo que en la actualidad el *Storytelling* representa una estrategia de influencia y fascinación que utiliza todo tipo de caracteres (López, 2016).

A continuación, nos concentraremos en las diferentes definiciones que se han planteado para esta metodología, en distintos contextos.

Definiciones de *Storytelling*

En la actualidad, existen diversas definiciones de la metodología Storytelling, dependiendo del enfoque con el que se aborde. Sin embargo,

aquí se citarán las más relevantes desde el punto de vista de los investigadores.

En el texto “Será mejor que lo cuentes. Los relatos como herramientas de comunicación *Storytelling*”, Núñez (2008) define el *Storytelling* como un instrumento de comunicación organizada en una secuencia de hechos que llaman a los sentidos y emociones humanos, y al presentar una lucha, muestra una verdad que confiere significado a las vidas de los seres humanos, y aclara que un relato tiene algo de sacro, dado que es una verdad universal con emociones y de sensaciones.

De igual manera, Ruiz y Velarde (2016) escriben que el *Storytelling* es comunicar narrando historias, para lograr un efecto superior y más permanente en nuestra audiencia; puede ayudar en todas las maneras de comunicación y es particularmente efectiva cuando los docentes se expresan en público, y a los niños los atrae.

Hacia el Modelo Pedagógico Institucional UNAC

Se atiende a la propuesta pedagógica institucional comprensiva restauradora, la cual está entendida “Como la posibilidad educativa y formativa de construcción permanente de un proceso de enseñanza-aprendizaje intencional, significativo y estructurado a partir de la comprensión del conocer, del hacer y del ser; de la capacidad de apropiación y logro de pertinencia; para la resolución de problemas de la vida cotidiana, la toma de decisiones y el despliegue de la creatividad personal, con el fin de incidir en diferentes contextos y transformarlos” (Chaparro y Aguirre 2018, p. 10).

Entonces, el *Storytelling* para la UNAC se plantea como una metodología activa que busca transformar el proceso de enseñanza-aprendizaje, de tal manera que el maestro, el mensaje y el estudiante, sean protagonistas de aquel, a partir de la narración estructurada y creativa de historias, con un

sentido claro e intencionado. Además, permite el desarrollo en ambientes de aprendizaje generando contextos de la realidad personal, familiar, social cultural y política, consintiendo que los estudiantes piensen y actúen de manera crítica y edificadora, llevando consigo la comprensión de la restauración del ser humano en todas sus dimensiones (Chaparro, 2019).

De esta manera, el *Storytelling*, al igual que la propuesta pedagógica comprensiva-restauradora, está sujeto a una reflexión, acción, edificación y renovación, es decir, es un proceso continuo y permanente, donde se experimentan varios aspectos, como la independencia y el amor, y con esto la relación que se goce con el entorno y la relación que se tiene con Dios, formando seres humanos capaces de comprender, discernir, pensar, de enfrentarse a situaciones problemáticas, y sumando a esto una enseñanza significativa, donde cada ser obtenga su plenitud y desarrolle su potencialidad (Castellanos y Yaya, 2013).

APRENDIZAJES QUE DESARROLLA LA METODOLOGÍA STORYTELLING

Storytelling, como metodología activa, permite adquirir diversas habilidades, destrezas, conocimientos, conductas y valores (Gross, 2012), dependiendo del contexto en el que se desarrolla la metodología. En este apartado se abordarán estos cinco componentes:

Valores

En este componente, el *Storytelling* busca mejorar en los procesos de aprendizaje, valores, comportamientos deseados, entre otros, por medio de historias contadas.

En el texto "Cuenta hilos", Vargas (2019) señala que una de las funciones del *Storytelling* es la transmisión de enseñanzas de los antepasados y el fomento de los valores. Agrega que los valores están presentes y juegan

un papel principal dentro de las historias, pues sirven para sentar las bases de una verdadera transformación social. Además, sostiene que una de las principales funciones del *storytelling*, es que nos hace expertos en situaciones sociales, ya que nos enseña a procesar patrones de información y de comportamiento dentro de escenarios complejos.

Por último, Vargas (2010), en el texto “Cómo la narración puede impulsar estrategias cambio”, señala que la narración se puede utilizar como fuente de inspiración para cambios corporativos, ya que es una herramienta para que el director ejecutivo inspire a los empleados a realizar cambios vitales en la estrategia, a través de “historias inspiradoras”. La narración desarrolla relaciones repitiendo problemas comunes. Las historias cristalizan valores y creencias comunes, forman equipos sólidos y un sentido de comunidad, invitan a las personas a trabajar plenamente y a lograr un mayor compromiso.

Habilidades

El *Storytelling* desarrolla habilidades tales como la escritura, la escucha, el habla y la producción oral de los estudiantes, las cuales se ven enriquecidas por medio de la estrategia didáctica, y avances en el uso de elementos lingüísticos y no lingüísticos.

En el documento “*Storytelling*: una herramienta capaz de aumentar las competencias comunicativas”, se describe esta metodología como “una herramienta para mejorar las competencias comunicativas de aquellos profesionales (docentes, formadores, conferenciantes, etc.) que tienen en la comunicación un factor muy importante de su éxito, haciendo de ellos unos comunicadores más eficaces en cualquier idioma” (Cortés y Galar, 2015, p. 58).

Además, Bernal y García (2010, p. 12) afirman que “TPR-*Storytelling* desarrolla fluidez con precisión. Los alumnos adquieren el idioma de una

manera divertida, lo que les permite hablarlo. En el proceso, desarrollan un «oído» para lo que suena bien. Como resultado, aprenden a hablar el idioma de esa manera, ya sea que les suene bien o no.”

Conductas

La metodología activa *Storytelling* impulsa ciertas emociones que propician la motivación, benefician la memoria y facilitan el aprendizaje.

En el artículo acerca de las nuevas narrativas en comunicación de salud, el *Storytelling* y la conquista emocional, se evidencia el aprendizaje emocional, el cual conecta eficientemente las emociones con el proceso de aprendizaje, generando bienestar y mejores relaciones entre los estudiantes. El *Storytelling* busca conquistar la atención del interlocutor, y surge como instrumento de comunicación pública, ya utilizado en política, empresas comerciales y organizaciones de toda índole. Además, permite que se cree un relato compartido, pues existe en él un concepto que engloba una idea común.

Al respecto, López e Ibieta (2013, p. 67) afirman que “El *storytelling* cuenta con la ventaja de poder transmitir un concepto complejo de forma clara, por medio de un vehículo común como es el lenguaje de símbolos y apelando a emociones universales.” La riqueza del *Storytelling* radica en que es innovador, pues se caracteriza porque en esencia es versátil, apela a las emociones de los destinatarios para mantener el interés de principio a fin y contribuye a dinamizar el proceso de enseñanza en un contexto específico.

Es de mucha utilidad para la motivación de los estudiantes, ya que esta permite captar su interés en las clases o para dinamizar e innovar el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Destrezas

En este componente, el *Storytelling* permite que los estudiantes retengan con poco esfuerzo y mucha eficiencia. La narración beneficia la identificación y conservación de conceptos, y estimula el intercambio de opiniones, así como el pensamiento crítico, con el fin de lograr una experiencia enriquecedora sobre el aprendizaje significativo.

Viera (2003), en su artículo sobre el aprendizaje significativo, socializa que el aprendizaje significativo se lleva a cabo cuando una nueva información se conecta con un concepto pre existente en la estructura cognitiva, el cual fue aprendido con claridad y está disponible para servir de punto de anclaje.

OBJETIVOS DE LA METODOLOGÍA STORYTELLING

Objetivo General

Transformar el proceso de enseñanza-aprendizaje, de tal manera que maestro, mensaje y alumno sean protagonistas de aquel, a partir de la narración estructurada y creativa de historias, con un sentido claro e intencionado.

Objetivos Específicos

- Del hacer: Desarrollar en el estudiante un aprendizaje significativo, basado en la motivación por una metodología creativa que fomenta el trabajo colaborativo y en equipo.
- Del ser: Propiciar la generación de valores y comportamientos deseados, a partir de la influencia emocional de las historias, que permita establecer y estrechar vínculos con las personas que nos rodean.
- Del conocer: Mejorar las competencias comunicativas de aquellos que tienen en la comunicación un factor muy importante de éxito, haciendo de ellos unos comunicadores más efectivos.

ACTORES VINCULADOS EN LA METODOLOGÍA *STORYTELLING*

Los actores vinculados en esta metodología activa son: emisor, receptor y mensaje. Estos están íntimamente asociados, de tal manera que, si alguno falta o falla, no se puede llevar a cabo el *Storytelling*.

Emisor

En este primer actor vinculado, el docente sigue el ejemplo del maestro como un influencer, y el estudiante como sujeto observador, es decir, se convierte en imitador. De hecho, en el artículo “El en la Educación Superior: un Análisis del Impacto y Pertinencia de la Narración de Historias en el Proceso Formativo”, Bailón y Lino (2020), se tiende a recuperar la idea del relato y la narrativa como un recurso para el aula. El mismo Jesucristo, considerado el Maestro de maestros, brinda el mejor ejemplo de este tipo de aprendizaje, ya que contaba a sus discípulos lo más importante de su doctrina mediante parábolas ejemplificadoras para hacerse entender.

En años recientes, mucho se ha escrito acerca del poder de la narrativa y sus usos a lo largo del currículo educativo, pero con la inventiva, la jovialidad y la voluntad de crecer, explorar y tomar riesgos que propone la práctica del *Storytelling*, es posible dar vida al currículum. López (2016) constata al respecto del *Storytelling*: “El maestro [...] se transforma en un ‘animador’. En un promotor de creatividad. Ya no es aquel que transmite un saber brillante y acabado, un bocado por día; un domador de borriquillos; un amaestrador de focas” (p. 159).

Receptor

El estudiante, como segundo actor vinculado del *Storytelling*, se vuelve protagonista del proceso de enseñanza-aprendizaje. En la tesis de pregrado *Storytelling: cómo contar historias ayuda a la estrategia de marketing*, Guisado (2017), afirma que el *Storytelling* es importante en

la medida en que puede lograr resultados significativos en los alumnos y, además, con la aplicación de esta metodología, se dejan de lado procedimientos tradicionales que generan aburrimiento en los alumnos y disminuyen su interés por aprender.

También, en el texto *The Meaning Makers: learning to talk and talking to learn*, Wells (2009) afirma que gracias al *Storytelling* los niños se familiarizaron con la lengua y la estructura de los textos, y aumentaron su vocabulario más allá de las palabras usadas en conversaciones cotidianas, dándoles a conocer experiencias tanto reales como imaginarias, así como objetos, lugares y eventos que se encuentran en su entorno. Así mismo, el *Storytelling* permite cambios reveladores en el desarrollo de la educación.

Mensaje

El mensaje, como último actor vinculado en esta metodología activa, permite que el *Storytelling* transmita enseñanzas de los antepasados, y el fomento de los valores que conlleva a una transformación social.

La narración se puede utilizar como fuente de inspiración, que especifica valores y creencias, y estimula a las personas a trabajar y alcanzar un mayor compromiso.

Reinders (2011), en el texto "*Storytelling in the foreign Language classroom*", explica que, en el *Storytelling*, el lenguaje es mucho más espontáneo que en la simple lectura de una historia o cuento, por lo que se pueden encontrar giros hacia delante y hacia atrás, repeticiones, aclaraciones o ejemplos para que los alumnos comprendan mejor la historia, o incluso es posible dar énfasis en partes importantes o eludir ciertos aspectos que se crea innecesarios.

CÓMO EVALUAR DESDE LA METODOLOGÍA STORYTELLING

Aunque no es fácil definir lo que es evaluación, Ralph (1950, p. 1) consideraba que “El proceso de evaluación es esencialmente el proceso de determinar hasta qué punto los objetivos educativos han sido actualmente alcanzados mediante los programas y currículos de enseñanza”, y tal como lo plantean Cabrerizo y Castillo (2010), la evaluación se estructura bajo modalidades según el momento de aplicación, la finalidad, la extensión, los agentes y la procedencia de los agentes. Bajo esta definición y estructura, analizaremos la evaluación en *Storytelling*.

Según el momento de aplicación y finalidad de la evaluación

El *Storytelling* “interviene como elemento que captura la atención del receptor del mensaje” (Ibieta y López, 2013, p. 68); su riqueza “radica en que es innovador, pues se caracteriza porque en esencia es versátil, apela a las emociones de los destinatarios para mantener el interés de principio a fin y contribuye a dinamizar el proceso de enseñanza en un contexto específico” (Benavides y Bailón, 2020, p. 150).

Dentro de este contexto, se puede concluir que el *Storytelling* permite un seguimiento inicial, procesual y final, que desencadena en la posibilidad de la evaluación diagnóstica, formativa y sumativa, puesto que “las historias más efectivas exhiben una parte inicial, una parte central y una parte final claras” (López, 2016, p. 14) y, el receptor, que en este caso es el estudiante, es protagonista al participar de principio a fin del proceso de enseñanza-aprendizaje, tal como lo manifiesta Viera (2003), al plantear que el *Storytelling* es más eficaz, porque persigue hacer a la gente participante de una historia que apasiona, o de una gran novela.

Según la extensión de la evaluación

En la actualidad, se pueden encontrar muchos escritos acerca del uso del *Storytelling* en el currículo educativo. Por ejemplo, López (2016, p.18)

declara que “La narración puede integrarse sin problemas en el currículo escolar. [...] Un maestro sabio pensará en la integración más efectiva de las historias en la jornada escolar”. Esto es muy significativo, ya que en casi en todos los casos, los profesores están obligados a cubrir unos contenidos muy específicos, seguir un material prescrito y rendir cuentas de evaluaciones globales y parciales; pero, según López (2016, p. 18), con “la inventiva, la jovialidad y la voluntad de crecer, explorar y tomar riesgos que propone la práctica del *storytelling*”, es posible dar cumplimiento a todas estas exigencias del currículum, ya que no interfiere de ninguna manera con el desarrollo de las mismas. Es decir, las evaluaciones globales y parciales se pueden seguir realizando de la misma forma exigida por los lineamientos institucionales.

Según los agentes de evaluación

Autoevaluación: El uso de la narración de historias (*Storytelling*) en el proceso de enseñanza, permite claramente la autoevaluación por parte de los estudiantes. Un claro ejemplo de esto es el trabajo de investigación realizado por Kim (2014, p. 22), que “con el fin de medir la autonomía de los participantes para el desarrollo de la competencia oral, utilizó la narración digital con cuatro clips de películas mudas subidos a VoiceThread para evaluar su capacidad de estudio independiente con autoevaluación”. Encontró que “todos los participantes desarrollaron su competencia oral y ganaron confianza en sí mismos a través de la autoevaluación al registrar sus historias” (Kim, 2014, p. 28).

Heteroevaluación: En su investigación, Kim (2014) también demuestra que en el *Storytelling*, el instructor no solo facilita la colaboración de los participantes, como un moderador que ayuda a los estudiantes a monitorear su propio progreso, sino que también respalda sus debilidades al brindar retroalimentación para desarrollar sus habilidades de expresión oral. Por lo tanto, muestra que el papel del instructor y la retroalimentación son muy importantes en el aprendizaje con *Storytelling*.

Coevaluación: “El *storytelling* digital favorece el aprendizaje cooperativo en busca de una historia común y social que nos devuelve al hecho de que los seres humanos son seres sociales por excelencia y que resulta ser algo necesario para el aprendizaje” (Ruiz y Velarde, 2016, p.181); por esa razón es muy fácil retroalimentar como coevaluación.

Según la procedencia de los agentes de evaluación

Interna y externa: “Los maestros pueden usar la narración de historias para satisfacer una variedad de necesidades cognitivas, sociales y emocionales de los estudiantes” (Atta-Alla, 2012, p. 3), lo que permite a narradores y oyentes, construir una comunidad de aprendizaje, y al existir una comunidad de aprendizaje, la evaluación se puede realizar desde adentro y desde afuera.

En conclusión, en el ámbito evaluativo, deberíamos reflexionar sobre la investigación de Kieran y Peterat (1988) , los cuales invitan al docente a ver la enseñanza como una narración y el plan de estudios, como una colección de las grandes historias de nuestra cultura. Si empezamos a meditar en estos términos, en lugar de ver el plan de estudios como una gran masa de material para transmitir a los estudiantes, o una serie de exámenes, entonces podemos pensar en los maestros de nuestra sociedad, como conectados con un rol antiguo y de honra. Los maestros son los narradores de los cuentos de nuestra cultura.

PASOS Y ASPECTOS RELEVANTES PARA DISEÑAR, DESARROLLAR Y APLICAR LA METODOLOGÍA STORYTELLING

Teniendo en cuenta que el centro de la metodología *Storytelling* es la narración de historias, este apartado se concentrará en presentar los pasos, estructura, recursos, elementos básicos y condiciones necesarios para el buen arte de narrar historias.

Pasos

Existen varias teorías que establecen procesos para el desarrollo de una buena historia; sin embargo Cardona (2020) plantea una forma sencilla de hacerlo, la cual incluye los siguientes pasos:

1. Conocer a tu audiencia: Este paso refiere al hecho de conocer muy bien al público hacia el cual va dirigida la historia; de esta forma se creará un ambiente acorde al perfil del receptor, lo cual hará la historia más interesante.
2. Definir el mensaje principal: Cardona (2020) en este aspecto hace referencia a “los cimientos” de la historia, básicamente es el resumen general de la historia.
3. Decidir qué tipo de historia vas a contar: Aquí se debe plantear el objetivo que se pretende conseguir con la historia, tal vez incitar a la acción, explicar quién eres, transmitir valores, fomentar la colaboración, fomentar la comunicación, educar, entre otros.
4. Incluir una llamada a la acción: Este apartado debe “estar alineado con el objetivo” del paso anterior, ya que es el llamado a ejecutarlo.
5. Escoger el medio: En la actualidad sí que contamos con medios de transmisión de historias, la opción mejor tendrá relación con la clase de historia que se desee narrar y de los recursos que haya disponibles. Los medios escritos, contados, en audio, digitales y otros son también elementos relevantes. En el siguiente apartado se abordarán con mayor profundidad.
6. Escribir la historia: Ya que se han definido todos los detalles principales, aquí se añadirán “los detalles creativos”.
7. Compartir tu historia: Es muy importante difundir la historia para cumplir con el objetivo de la misma. La estrategia de difusión depende del medio escogido. En caso de escoger medios digitales, en el siguiente apartado podrás encontrar los más conocidos.

Estructura de la historia

Desde la escuela hemos escuchado acerca de la estructura de una historia: introducción, nudo y desenlace; sin embargo, Guisado (2017, p. 9) adiciona algunos elementos importantes a esta estructura, veamos:

- Introducción: "En la cual se introducen los personajes y se sitúa el receptor en la historia".
- Nudo: "En el que se establece el conflicto al que se enfrentan los personajes y cómo superarlo".
- Punto álgido: "Supone el punto crítico de la historia".
- Fin: "En el que se soluciona el conflicto y finaliza la historia".

Recursos necesarios en los relatos

De igual manera, para Guisado (2017) existen unos recursos necesarios en los relatos para que sean completos, estos son: mitos, ritos, arquetipos, metáforas.

Elementos básicos de las historias

Fog, Budtz, Munch y Blanchette (2003) sostienen que hay unos elementos básicos que no deben faltar en el uso del *Storytelling* en cualquier disciplina. Estos elementos se pueden variar o ser aplicados de manera distinta dependiendo del receptor, del contexto o situación en que se cuenta la historia y su finalidad. Estos son: el conflicto, personajes, argumento o trama, emociones y sensaciones, y libertad.

Condiciones de las historias

En la línea de Cardona (2020) se establece que una historia debe cumplir con las siguientes condiciones: Basarse en hechos cercanos al público para permitir al receptor identificarse con ella, atractiva, verosímil y cercana, incitar a la acción, interpretación a través de distintos medios y permanencia en el tiempo.

CÓMO APLICAR LA METODOLOGÍA *STORYTELLING* DESDE LA VIRTUALIDAD

El *Storytelling* en la virtualidad se aplica básicamente mediante el uso de herramientas tecnológicas multimedia para contar historias. Como lo menciona Ruiz (2013, p. 7) en “*Digital Storytelling: La Integración de las Cuatro Destrezas Básicas en la Enseñanza del Inglés*”: “Existen infinidad de términos para describir esta práctica, pero, en general, todos giran en torno a la idea de combinar el arte de contar historias con la multimedia, incluyendo gráficos, audio, video y publicación Web”.

A continuación, se describen los medios multimedia más usados en la implementación de la metodología activa *Storytelling* en la virtualidad:

Medios Auditivos en Formato de Narrativa Verbal

Muchos historiadores actuales usan herramientas multimedia como *podcast*, que pueden usarse con diferentes propósitos sonoros y, a su vez, permiten la investigación, escucha y descarga asincrónica a través de la web por medio de dispositivos móviles, con el fin de transmitir el conocimiento de las ciencias (Quintana, Parra y Riaño, 2017).

Ejemplos como el *podcasting*, Spotify, audiolibros y ciber radio permiten establecer una conexión emocional con los oyentes a través del *Storytelling*. Estos casos muestran cómo este tipo de multimedia permite la creación, expresión e integración de nuevos contenidos de expresión, posibilitando la exposición de ideas por medio de historias, las cuales contribuyen al desarrollo de habilidades por parte de los estudiantes, mejorando su desempeño en la oralidad y fortaleciendo el sentido crítico en expositores y escuchas (Bohórquez y Rincón, 2018).

Medios Visuales en Formato Imagen

Es importante recordar que mediante el *Storytelling* se busca conectar con el público; en este caso, la creatividad y originalidad pesan mucho en cualquier estrategia de la metodología. Las imágenes tienen la particularidad de no necesitar de un texto para transmitir un mensaje y despertar reacciones emocionales en la audiencia.

Para este tipo de multimedia se usan diversos medios como los cómics, las historietas, las fotografías, los dibujos, entre otros, que se pueden usar en herramientas como Moodle, Facebook, Instagram, entre otras.

Medios Audiovisuales en Formato Video

En la actualidad, el video se ha convertido en una gran herramienta para el desarrollo del *Storytelling*, puesto que es un soporte muy eficaz para hacer llegar un mensaje al público objetivo, cautivando con una narrativa de imágenes, por medio del sentimiento de emociones. Por ejemplo, los nuevos videos doodle, que son vídeos animados que capturan la atención desde el inicio hasta el final.

También están las campañas publicitarias que han sacado provecho de esta herramienta; Sordo (2021) menciona marcas y deportistas, lo que fue algo novedoso en aquella época, pero la empresa sabía del poder que hay en la historia de una marca.

Hoy en día se cuenta con diversas herramientas como TikTok, YouTube, Moodle, Facebook, Instagram, Flipgrid, Snapchat, entre otras, donde se permite por medio de esta metodología activa, contar historias de valor, que sean atractivas para los usuarios y que les aporten algo más que un contenido corporativo.

Medios de simulación

El *Storytelling* como disciplina académica, ha avanzado a pasos agigantados en el ámbito tecnológico, llegando así a ser implementado incluso usando herramientas de simulación.

Por ejemplo, en “el *Storytelling* de Guerra, a través del uso de las nuevas tecnologías, crean simuladores de guerra para entrenar a los soldados antes de partir a la batalla real o para ayudarlos posteriormente cuando regresen a su vida normal” (Sánchez, 2013, p. 35).

De igual manera, “Cientos de anuncios están contruidos para ser simuladores a base de historias que se asemejan a situaciones cotidianas que le pueden suceder a cualquier espectador, historias que nos quieren hacer vivir una experiencia a través del consumo del producto, impactando emocionalmente en el espectador, que le evoque un recuerdo de su infancia, una situación vivida, lo que producirá una mayor empatización [sic] por parte del consumidor hacia el producto anunciado” (Sánchez, 2013, p. 41).

Si bien es cierto que este tipo de simulaciones se usan en la aplicación de esta metodología activa, hay que tener en cuenta que no es un medio muy asequible, debido a su nivel de complejidad en términos informáticos y de programación.

En conclusión, la aplicación del *Storytelling* desde la virtualidad es una estrategia de aprendizaje que cobra mayor significado al permitir el intercambio de saberes, necesidades básicas e incluso información personal.

“Se convierte en una estrategia versátil, que no requiere del uso de materiales costosos, que incentiva la creatividad de los estudiantes y el respeto por las opiniones ajenas, demanda la escucha y participación activa de todos los integrantes del grupo, además de facilitar el aprendizaje de vocabulario y el desarrollo de la fluidez verbal” (Bermúdez, 2018, p. 7)

ANTECEDENTES

El *Storytelling* tiene sus inicios hace más de 40.000 años de antigüedad, con las pinturas rupestres, que muestran que desde los tiempos prehistóricos se necesitaba un sistema de representación que fuese de utilidad para ceder información a las próximas generaciones.

En el siglo IV, los jeroglíficos egipcios se caracterizan por el uso de signos, y el uso principal de este sistema de escritura llevado a cabo por los escribas, era para gestionar los recursos de la civilización.

En 1812, el *Storytelling* está presente en diversos ámbitos y de diferentes formas, por medio de gráficos estadísticos y técnicos.

En 1991, la escritura jeroglífica iba más allá, ya que transmitía mensajes muy precisos, sobre todo religiosos o de exaltación del poder faraónico.

Poco a poco, el *Storytelling* se está adaptando al uso de las nuevas tecnologías, donde está prácticamente extendido el uso de dispositivos multimedia como medios de enseñanza y transferencia de información, Además, el *Storytelling* en la actualidad se ve reflejado en otros ámbitos, como lo son el marketing, la representación de datos, la fe, entre otros.

Hoy en día, la importancia del *Storytelling* radica en generar datos e información de todo tipo alrededor del mundo y es básico componer información útil (Oronoz, 2016).

METODOLOGÍA

El proceso investigativo que se llevó a cabo en esta investigación se encuentra en el marco de los siguientes elementos:

La investigación tiene un enfoque cualitativo, buscando resultados llamativos en alguna de sus variables, usando cuatro razonamientos: Enriquecimiento de la muestra (al mezclar enfoques se mejora), mayor fidelidad del instrumento (certificando que este sea adecuado y útil, así como que se mejoren las herramientas disponibles), integridad del tratamiento o intervención (asegurando su confiabilidad), optimización de significados (facilitando mayor perspectiva de los datos, consolidando interpretaciones y utilidad de los descubrimientos) (Collins, Onwuegbuzie y Sutton, 2006).

Para el desarrollo de este proyecto se toma el tipo de investigación documental; las bases de datos de los 30 textos científicos usados en la investigación se obtienen por medio de EBSCO y Google Scholar.

Para la etapa de fundamentación, el protocolo de investigación se ajustó a los lineamientos sugeridos por la guía PRISMA, diseñada para mejorar la integridad del informe de revisiones sistemáticas y las revisiones documentales. También se usó la guía COREQ como método para recopilar datos en investigaciones cualitativas.

Para el análisis de contenido se utilizó el protocolo Resumen Analítico de la Investigación (RAI). Además, se establecen conceptos explicativos para la comprensión del mismo.

RESULTADOS

Los resultados presentados a continuación son teórico-conceptuales de la metodología activa *Storytelling*, según los estudios presentados anteriormente:

Storytelling nace de la necesidad del ser humano por conservar conocimiento y de adaptarse a los distintos ámbitos de la sociedad, con el fin de transmitir historias de sus vivencias a las siguientes generaciones (Ornoz, 2016).

El *Storytelling* es un arte antiguo y hermoso, que trae a la imaginación emotivas escenas pasadas, el cual funciona como un medio de aprendizaje, desarrollo y transformación (López, 2016).

Storytelling es una metodología activa que permite obtener diversas habilidades, destrezas, conocimientos, conductas y valores, dependiendo del contexto en el que se despliega por medio de historias contadas (Gross, 2012).

“La transmisión de estos relatos, conocida comúnmente como narración de historias o *Storytelling*, es sin duda una importante fuente de aprendizaje desde la educación, pues nos permite hacer uso de dichas historias o relatos para impactar y captar la atención de los educandos y de este modo favorecer y potenciar sus habilidades orales” (Bermúdez, 2018, p. 7)

El *Storytelling* permite que se cree un relato compartido, desde el receptor, emisor y el mensaje; según Ibietay López (2013), esta metodología cuenta con la ventaja de poder transmitir un concepto complejo de forma clara, ya que es una herramienta para mejorar las competencias

comunicativas, pues se caracteriza porque en esencia es versátil, apela a las emociones de los destinatarios para mantener el interés de principio a fin y contribuye a dinamizar el proceso de enseñanza en un contexto específico.

“En lugar de ver el plan de estudios como una gran masa de material para transmitir a los estudiantes, o una serie de exámenes, podemos empezar a pensar en los maestros de nuestra sociedad, como conectados con un rol antiguo y de honra. Los maestros son los narradores de los cuentos de nuestra cultura” (Kieran y Peterat, 1988, p. 452).

Teniendo en cuenta que el centro de la metodología *Storytelling* es la narración de historias, es importante concentrarse en conocer los pasos, estructura, recursos, elementos básicos y condiciones necesarios para el buen arte de narrar historias.

El *Storytelling* en la virtualidad busca el uso de las herramientas tecnológicas como la multimedia, incluyendo gráficos, audio, video y publicación Web, con el fin de contar historias (Ruiz, 2013).

CONCLUSIONES

Las conclusiones establecidas son parciales, ya que permiten fomentar el trabajo colaborativo y en equipo; también brindar herramientas para la indagación académica, y nos permiten concluir que:

El *Storytelling* a lo largo de la historia ha cambiado los modos y las estructuras del pensamiento en las sociedades, ayudando a comunicar a las personas de las diferentes épocas y civilizaciones en un sentido profundo de la vida.

Storytelling para la UNAC es una metodología activa que busca transformar el proceso de enseñanza-aprendizaje, de tal manera que maestro, mensaje y alumno sean protagonistas de aquel, a partir de la narración creativa de historias, con un sentido intencionado.

El *Storytelling* permite la reflexión crítica en el estudiante y el desarrollo integral de las capacidades, actitudes, habilidades y valores.

Storytelling transforma el proceso de enseñanza-aprendizaje, de tal manera que maestro, mensaje y alumno sean protagonistas de aquel, a partir de la narración estructurada y creativa de historias, con un sentido claro e intencionado.

En la metodología *Storytelling* todos los actores son protagonistas y están vinculados en la historia que se va a contar, logrando resultados significativos y de mayor compromiso de ambas partes.

No existe un modelo evaluativo definido para la metodología *Storytelling*; sin embargo, se adapta a los momentos y espacios establecidos por la teoría de la evaluación.

Durante el aprendizaje de la metodología *Storytelling* se consiente en compartir historias de diferentes entornos culturales y lingüísticamente diversos que mejoran la transformación enseñanza-aprendizaje en los estudiantes.

La aplicación del *Storytelling* desde la virtualidad es una estrategia de aprendizaje que permite el intercambio de saberes, siendo una táctica que facilita la adaptación, incentiva la creatividad, el respeto y participación activa de todos los participantes.

REFERENCIAS

- Acimed. (2007). EBSCO: un recurso de excelencia para investigadores y docentes. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1024-94352007000900013
- Aguirre, J. & Chaparro, L. (2018). Guía de Estrategias Hacia una Pedagogía Comprensiva -Restauradora UNAC. Medellín: Sello Editorial SedUNAC.
- Atta-Alla, M. N. (2012). Using Storytelling to integrate faith and learning: The lived experience. ICCTE Journal. <https://digitalcommons.georgefox.edu/icctej/vol7/iss2/6/>
- Benavides Bailón, G. M. y Mendoza Lino, P. (2020). El Storytelling en la educación superior: un análisis del impacto y pertinencia de la narración de historias en el proceso formativo. *Revista Científica Hallazgos*, 5(2), 149–161. <https://revistas.pucese.edu.ec/hallazgos21/article/view/461>
- Bermúdez, J. (2018). El Storytelling como una estrategia didáctica para el mejoramiento de la producción oral en francés de los estudiantes de Ciclo II en el Colegio La Candelaria. https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/15697/EL_STORYTELLING_COMO_UNA ESTRATEGIA DIDÁCTICA PARA EL MEJORAMIENTO DE LA PRODUCCIÓN ORAL EN FRANCO.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Bernal, R., & García, A. (2011). TPR-Storytelling. A key to speak fluently in English. *Cuadernos de Lingüística Hispánica*, 15, 151–162. <https://www.redalyc.org/pdf/3222/322227521010.pdf>
- Bohórquez Alba, M. Y. & Rincón Moreno Y. A. (2018). La expresión oral: estrategias pedagógicas para su fortalecimiento. <http://repositorio.uptc.edu.co/handle/001/2345>
- Cabrerizo, C., & Castillo, S. (2010). Evaluación educativa de aprendizajes y competencias. www.pearsoneducacion.com
- Cardona, L. (2020, January 20). Storytelling: los 7 pasos para contar una gran historia. <https://www.cyberclick.es/numerical-blog/storytelling->

los-pasos-para-contar-una-gran-historia

- Castellanos, S. y Yaya, R. (2013). La reflexión docente y la construcción de conocimiento: una experiencia desde la práctica. Scielo. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1665-109X2013000200006
- Collins, O. S. (2006). Qué es una investigación mixta. <https://www.salusplay.com/blog/investigacion-mixta/>
- Cortés, A. y Galar, J. (2015). Storytelling: una herramienta capaz de aumentar las competencias comunicativas. 2014–2015. <https://zaguan.unizar.es/record/10321/files/TAZ-TFM-2013-144.pdf>
- Fog, K., Budtz, C., Munch, P., Blanchette, S. (2003). Storytelling: Branding in practice. In Storytelling: <https://doi.org/10.1007/b138635>
- García Esteban, S. (2014). El aprendizaje autónomo y comunicativo de inglés para fines profesionales en el Grado de Educación Primaria a través de herramientas virtuales. *Red de Información Educativa Redined*, 37, 249–268.
- Gross, R. (2012). *Psychology: The science of mind and behaviour*, 6th ed. <https://www.abebooks.com/9781444108316/Psychology-Science-Mind-Behaviour-6th-144410831X/plp>
- Guisado Rodríguez, A. M. (2017). Storytelling: cómo contar historias ayuda a la estrategia de marketing, 56. <https://hdl.handle.net/11441/75910>
- Lucas, M. et al. (2006). Arqueología, paleontología y etnografía. Dibujos en la roca: el arte rupestre en la Comunidad de Madrid, 11, 371. <https://www.madrid.org/bvirtual/BVCM002430.pdf>
- López Hermida, A. e Ibieta Illanes, N. (2013). Nuevas narrativas en Comunicación de Salud: El storytelling y la conquista emocional del paciente. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones,"* 6(2), 47–71. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=511555576004>
- Kieran, E. y Peterat, L. (1988). Teaching as Story Telling. *Canadian Journal of Education*, 13(3). <https://doi.org/10.2307/1494927>
- Kim, S. H. (2014). Developing autonomous learning for oral proficiency

- using digital storytelling. *Language Learning & Technology*, 18(2), 20–35. <https://www.lltjournal.org/item/10125-44364/>
- López, P. (2016). El Storytelling. Beneficios y aplicación en la enseñanza primaria. 25. [http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/171872/López Puigdollers Paloma_TFG.pdf?sequence=1](http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/171872/López_Puigdollers_Paloma_TFG.pdf?sequence=1)
- Martínez, J. (2021). Jeroglíficos, la escritura más enigmática. National Geographic. https://historia.nationalgeographic.com.es/a/jeroglificos-escritura-mas-enigmatica_8933
- Muñoz, V. (2013). La Campaña de Rusia de Napoleón | Red Historia. RedHistoria. <https://redhistoria.com/la-campana-de-rusia-de-napoleon/>
- Noguera, E. (2019). El servicio social como herramienta para el desarrollo y mejoramiento de competencias sociales. 160. <https://repository.ucc.edu.co/handle/20.500.12494/6779>
- Núñez, A. (2008). ¡Será mejor que lo cuenten! Los relatos como herramientas de comunicación. (Storytelling).docx - Documentos de Google. https://docs.google.com/document/d/1mQl9y9ivZ4j1bXXHWx_Sp5shX5Lh6qWbUSlj6Rzaswc/edit
- Ornoz, I. (2016). Storytelling: transformar datos en historias. <http://hdl.handle.net/10810/19297>
- Quintana, B., Parra, C., Riaño, J. (2017). El podcast como herramienta para la innovación en espacios de comunicación universitarios. *Anagramas - Rumbos y Sentidos de la Comunicación*, 15(30), 81–100. <https://doi.org/10.22395/angr.v15n30a4>
- Ralph, T. (1950). Artículo. https://www.usfq.edu.ec/sites/default/files/2020-06/pea_013_0015.pdf
- Reinders, H. (2011). Digital Storytelling in the foreign language classroom. <http://blog.nus.edu.sg/eltwo/2011/04/12/digital-storytelling-in-the-foreign-language-classroom/>
- Rodríguez, M. (2007). El modelo holístico para el proceso de enseñanza-aprendizaje de geometría en arquitectos de la

- escuela cubana. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1665-24362007000300006
- Ruiz, A. (2013). Digital storytelling: la integración de las cuatro destrezas básicas en la enseñanza del inglés. <https://reunir.unir.net/handle/123456789/1908>
- Santiago Ruiz, N., & Velarde Alvarado, A. (2020). El storytelling digital como herramienta pedagógica para el docente en el proceso de enseñanza-aprendizaje de los alumnos de educación preescolar en la región de la costa de Oaxaca. *Revista Educateconciencia*, 11(12), 174–187.
- Sánchez, L. (2013). STORYTELLING “La herramienta política del siglo XXI.” 48. <http://hdl.handle.net/10115/11946>
- Sordo, A. (2021). 17 ejemplos de storytelling que han hecho historia (y qué puedes aprender de ellos). <https://blog.hubspot.es/marketing/ejemplos-storytelling>
- Tancara, C. (1993). La investigación documental. http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0040-29151993000100008
- Vargas Barrante, É. (2010). La escritura narrativa como estrategia de indagación en investigación educativa. *InterSedes: Revista de Las Sedes Regionales*, XI(22), 5–18.
- Vargas, M. (2019). Cuenta hilos. <http://hdl.handle.net/20.500.11777/1270>
- Viera, T. (2003). El aprendizaje verbal significativo de Ausubel. *Red de Revistas Científicas de América Latina, El Caribe, España y Portugal Proyecto*, 26, 37–43.
- Wells, G. (2009). Lea *The Meaning Makers* de Prof. Gordon Wells en línea | Libros. <https://es.scribd.com/book/263360151/The-Meaning-Makers-Learning-to-Talk-and-Talking-to-Learn>