



V. Audiencias y ciberconsumo crítico

La creación de narrativas digitales: Una experiencia pedagógica universitaria

The creation of digital narratives:
A university pedagogical experience

Rosa Núñez-Pacheco

Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa, Perú
rnunez@unsa.edu.pe

Evelyn-Paola Guillén-Chávez

Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa, Perú
guillen@unsa.edu.pe

Aymé Barreda-Parra

Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa, Perú
vbarredapa@unsa.edu.pe

Resumen

La narrativa digital posee un valioso potencial para ser empleado en la educación superior. Este trabajo da cuenta de una experiencia pedagógica cuyos objetivos fueron evaluar la autopercepción del proceso de escritura y reflexionar sobre el proceso creativo de narrativas digitales realizado por estudiantes universitarios. Se utilizó una metodología mixta. Los participantes fueron 43 estudiantes universitarios del programa académico de Literatura y Lingüística. Los principales resultados apuntan a las actitudes positivas hacia sus capacidades para la escritura, y cualitativamente, destacan los motivos que tienen los estudiantes para producir este tipo de textos digitales.

Abstract

Digital storytelling has valuable potential to be employed in higher education. This paper reports on a pedagogical experience whose objectives were to evaluate the self-perception of the writing process and to reflect on the creative process of digital narratives carried out by university students. A mixed methodology was used. The participants were 43 university students from the Literature and Linguistics academic program. The main results point to the positive attitudes towards their writing abilities, and qualitatively, they highlight the motives that students have for producing this type of digital texts.

Palabras clave / Keywords

Narrativa digital; escritura creativa; literatura; competencia narrativa; intermedialidad; escritura.
Digital narrative; creative writing; literature; narrative competence; intermediality; writing.

1. Introducción

La narrativa digital se presenta como una técnica que logra mayor motivación en los estudiantes, y promueve nuevos escenarios para el aprendizaje, donde los principales actores educativos, es decir, docentes y los estudiantes, se convierten en productores de contenidos audiovisuales y narrativos (Alismail, 2015; Benmayor, 2008; Del-Moral & Neira, 2016; Jauregui & Ortega, 2020).

Por otro lado, la creación de narrativas digitales la podemos situar dentro del campo de la escritura creativa, entendida esta como una disciplina literaria que integra «pensamiento y actividad práctica» (Arbona-Abascal, 2020: 1). Con la emergencia del mundo digital, la escritura creativa también se ha expandido a lo digital, dando lugar a lo que se llama escritura creativa digital, la cual necesariamente debe ser intermedial (Regueiro-Salgado & Sánchez-Gómez, 2014; Gómez, 2010).

2. Metodología

Los objetivos principales de esta experiencia pedagógica fueron evaluar la autopercepción del proceso de escritura creativa de los estudiantes de literatura y reflexionar sobre el proceso creativo de narrativas digitales realizado por estudiantes universitarios.

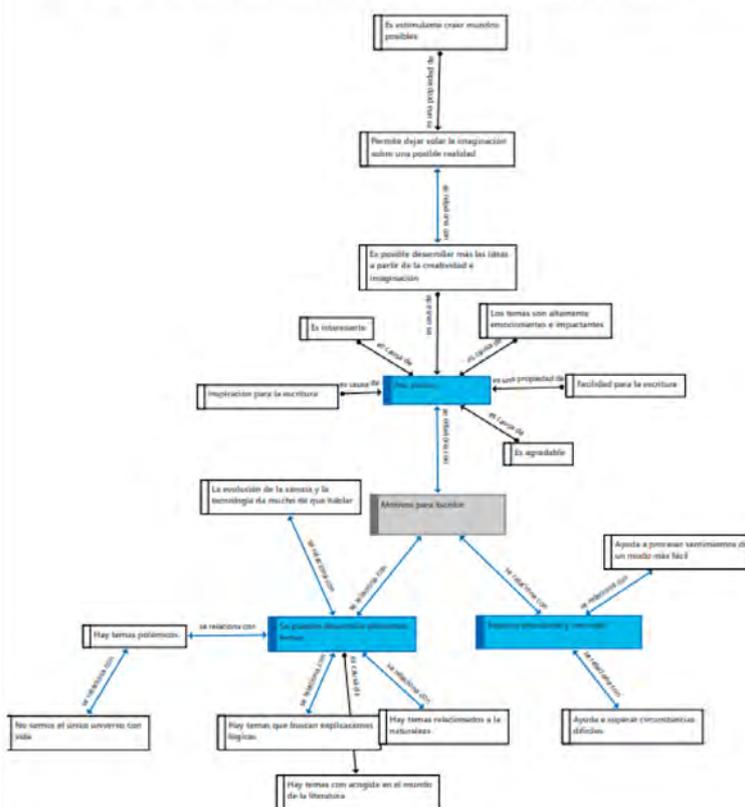
Se utilizó una metodología mixta. Los participantes fueron 43 estudiantes de la escuela de Literatura y Lingüística de una universidad pública peruana.

Se adaptó un instrumento para evaluar la percepción de la escritura de los estudiantes propuesto por Vine-Jara (2020), y, además se agregó tres preguntas de carácter cualitativo.

3. Resultados y discusión

Desde el enfoque cuantitativo, el resultado obtenido más significativo corresponde a la dimensión «Actitudes hacia la

Figura 1. Red de los motivos para escribir textos de ficción



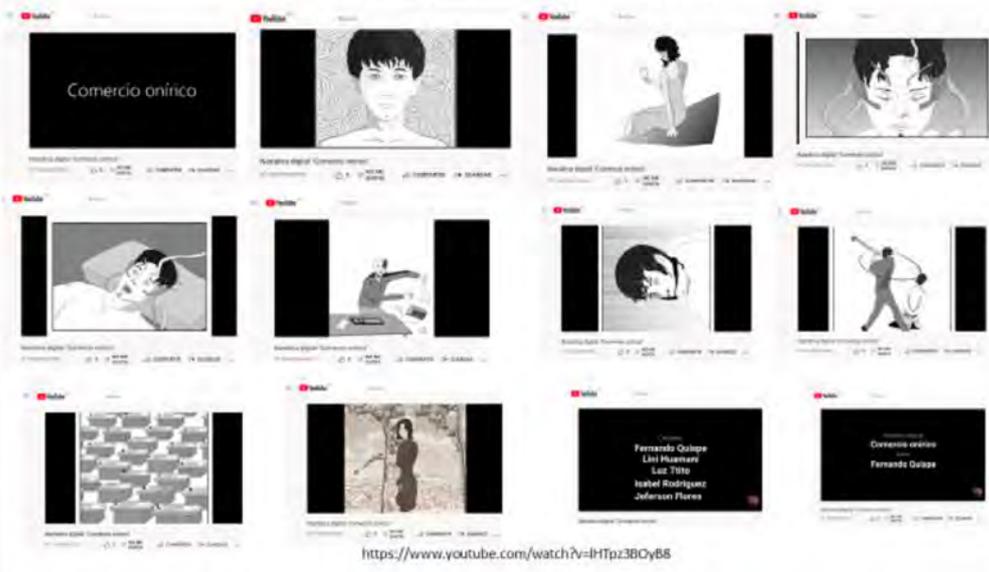
escritura» en la que se encontró que la mayoría de los estudiantes tienen creencias positivas respecto a sus capacidades para escribir. Por otro lado, el análisis cualitativo se realizó con el soporte del software Atlas.TI. En este enfoque, el resultado más significativo corresponde a los motivos para escribir estos textos, el cual se muestra en la Figura 1. Por otro lado, la Figura 2 muestra la nube de palabras creada a partir de la descripción de la «Experiencia» de los estudiantes en la elaboración de la narrativa digital. La nube muestra una visión global de sus percepciones frente a su experiencia con esta nueva metodología de trabajo durante el curso.

Figura 2. Nube de palabras de descriptores semánticos de la experiencia de los estudiantes en la elaboración de la narrativa digital



Entre los logros y los aspectos positivos en la elaboración de la narrativa digital, los estudiantes destacaron el trabajo grupal (Entrevista 11: «La elaboración se facilitó mucho con el trabajo en equipo»).

Figura 3. Fotogramas de «Comercio onírico», una narrativa digital producido por los estudiantes de Literatura. Disponible en <https://bit.ly/3QOMWvw>



Entrevista 43: «La colaboración de todos apoyó mucho como el probar las voces de mis compañeros, las imágenes, el guion, todo fue una travesía única y provechosa»). Asimismo, ellos consideraron que fue una propuesta didáctica diferente (Entrevista 42: «Jamás pensé q este tema se tocaría en esta carrera, pues me interesa mucho el mundo de la narrativa digital y cine». Entrevista 23: «Una buena propuesta para crear historias, dar vida a través de imágenes y voz»). Además, otro aspecto positivo o logro fueron los sentimientos frente al producto final (Entrevista 17: «[...] pude incursionar en tal temática, algo muy entretenido y que aviva mis ganas e interés en seguir aprendiéndolo [...]). Entrevista 37: «[...]el tener que colocar un guion para que encaje con cada imagen me hizo sentir como si fuera una directora de cine, definitivamente lo volvería a hacer»). A continuación, se muestra uno de los trabajos de los estudiantes, el cual se encuentra disponible en la plataforma YouTube (Figura 3).

4. Discusión y conclusiones

La narrativa digital se constituye en una excelente herramienta para desarrollar las competencias narrativas y digitales de los estudiantes, lo cual ha sido también demostrado en otros trabajos (Del-Moral et al., 2016; Regueiro-Salgado & Sánchez-Gómez, 2014). Desde un punto de vista cuantitativo, una de las principales conclusiones de este trabajo tiene que ver con las actitudes hacia la escritura que mostraron los estudiantes, las cuales resultaron positivas respecto a sus capacidades para escribir.

Desde un punto de vista cualitativo, cabe destacar los motivos que tienen los estudiantes para producir este tipo de textos digitales, por un lado, señalaron la afición y, por otro lado, el soporte emocional que ellos encontraron en esta actividad. Esto último resulta interesante en la medida que la escritura creativa digital les ha permitido expresar sus emociones y al mismo tiempo desarrollar su imaginación y creatividad, las cuales son habilidades esenciales en la educación del siglo XXI.

Referencias

- Alismail, H. (2015). Integrate Digital Storytelling in Education. *Journal of Education and Practice*, 6(9).
- Arbona-Abascal, G. (2020). La escritura creativa como disciplina emergente. *Arbor*, 196(798), 576. <https://bit.ly/3QNHKrW>
- Benmayor, R. (2008). Digital Storytelling as a Signature Pedagogy for the New Humanities. *Arts and Humanities in Higher Education*, 7(2), 188–204. <https://doi.org/10.1177/1474022208088648>
- Del-Moral, M.E., Villalustre, L., & Neira, M.R. (2016). Relatos digitales: Activando las competencias comunicativa, narrativa y digital en la formación inicial del profesorado. *Ocnos*, 15(1), 22-41. https://doi.org/10.18239/ocnos_2016.15.1.923
- Gómez, E. (2010). De la literatura al cine: Aproximación a una teoría de la adaptación. *Cuadernos de Filología Alemana*, 2, 245-255. <https://bit.ly/3q0XyNj>
- Jauregui-Caballero, A., & Ortega-Ponce, C. (2020). Narrativas transmediáticas en la apropiación social del conocimiento. *Revista Latina de Comunicación Social*, 77, 357-372. <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2020-1462>
- Regueiro-Salgado, B., & Sánchez-Gómez, L. (2014). Experiencias de escritura digital: hacia una alfabetización multimedia. *Icono14*, 16, 313-327.
- Vine-Jara, A.E. (2020). La escritura académica: percepciones de estudiantes de Ciencias Humanas y Ciencias de la Ingeniería de una universidad chilena. *Íkala*, 25(2), 475-491. <https://doi.org/10.17533/udea.ikala.v25n02a02>

REDES SOCIALES Y CIUDADANÍA

CIBERCULTURAS PARA EL APRENDIZAJE

Editores

Ignacio Aguaded
Arantxa Vizcaíno-Verdú
Ángel Hernando-Gómez
Mónica Bonilla-del-Río

REDES SOCIALES Y CIUDADANÍA: CIBERCULTURAS PARA EL APRENDIZAJE

Colección *Redes sociales y ciudadanía*
N. 2 *Ciberculturas para el aprendizaje*
Primera Edición, octubre 2022

Editores

Ignacio Aguaded
Arantxa Vizcaíno-Verdú
Ángel Hernando-Gómez
Mónica Bonilla-del-Río

Comité Científico

Dr. Ángel Hernando-Gómez
Dr. Octavio Islas
Dra. Paula Renés-Arellano
Dr. Abel Suing
Dr. Marco López-Paredes
Dr. Diana Rivera-Rogel
Dr. Julio-César Mateus
Dr. Osbaldo Turpo-Gebera
Dra. Patricia de-Casas-Moreno
Dr. Antonio-Daniel García-Rojas
Dra. Natalia González-Fernández
Dra. Antonia Ramírez-García
Mg. Sabina Civila
Mg. Rigliana Portugal
Mg. Mónica Bonilla-del-Río
Mg. Arantxa Vizcaíno-Verdú
Mg. Odiel Estrada-Molina

Grupo
Comunicar
Ediciones

AlfaMed



Esta publicación no puede ser reproducida, ni parcial ni totalmente, ni registrada en/o transmitida por un sistema de recuperación de información, en ninguna forma ni formato, por ningún medio, sea mecánico, fotocopiado, electrónico, magnético, electroóptico o cualquier otro, sin el permiso previo y por escrito de la editorial.

Patrocinan



Universidad
de Huelva

Depósito Legal: H 325-2022
ISBN: 978-84-937316-9-4
ISSN 2952-1629
DOI: <https://doi.org/10.3916/Alfamed2022>

DERECHOS RESERVADOS © 2022 de esta edición:

Grupo Comunicar Ediciones
Mail box 527. 21080 Huelva (España)
Administración: info@grupocomunicar.com
Director: director@grupocomunicar.com
www.grupocomunicar.com

Diseño: *Arantxa Vizcaíno-Verdú*
Traducción inglés: *Emily Rookes*

Impreso en *Estigraf*, Madrid (España)



Este trabajo se ha elaborado en el marco de Alfamed (Red Euroamericana de Investigación en Competencias Mediáticas para la Ciudadanía), con el apoyo del Proyecto I+D+i (2019-2021), titulado «Youtubers e Intagrammers: La competencia mediática en los prosumidores emergentes», con clave RTI2018-093303-B-I00, financiado por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades de España y el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER), y del Proyecto I+D+i (2020-2022), titulado «Instagrammers y youtubers para el empoderamiento transmedia de la ciudadanía andaluza. La competencia mediática de los instatubers», con clave P18-RT-756, financiado por la Junta de Andalucía en la convocatoria 2018 (Plan Andaluz de Investigación, Desarrollo e Innovación, 2020) y el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER).



Con el sugerente título de «Redes sociales y ciudadanía. Ciberculturas para el aprendizaje» presentamos en este texto una ingente obra colectiva de investigaciones, propuestas, reflexiones, estudios y proyectos en el emergente ámbito de la educación mediática.

Con 151 capítulos de 298 autores únicos se ofrece una panorámica general en un mundo postpandemia global con un análisis poliédrico del complejo entramado educocomunicativo que vivimos. Educadores, comunicadores y educocomunicadores, así como profesionales de los más diversos ámbitos de las ciencias sociales abordan aproximaciones complejas, apegadas a la práctica, sobre la sociedad actual, no solo haciendo una radiografía, más o menos amplia, sino también realizando propuestas educocomunicativas que mejoren los parámetros de convivencia con los medios.

Presentamos en el texto aportaciones de 17 países euroamericanos, que conforman la Red de investigadores Alfamed con un amplio número de trabajos: Perú (104), España (59), Ecuador (25), Brasil (23), México (21), Chile (18), Colombia (18), Bolivia (5), Italia (4), Costa Rica (4), Cuba (4), Argentina (4), Paraguay (3), Portugal (2), República Dominicana (2), Uruguay (1), y Eslovaquia (1).

Esta obra enciclopédica que conforma la tercera de la Colección Alfamed del Grupo Comunicar Ediciones se subdivide en siete grandes bloques temáticos: I. Prosumers (Instagrammers, youtubers y tiktokers), II. Redes sociales y escuela, III. Ciberciudadanía, ética y valores, IV. Alfabetización mediática y formación de profesores, V. Audiencias y ciberconsumo crítico, VI. Democratización y comunicación alternativa, y VII. Nuevas tendencias: fake news, datificación...



Grupo
Comunicar
Ediciones

AlfaMed



Universidad
de Huelva