



COLECCIÓN CONOCIMIENTO CONTEMPORÁNEO

Innovación pedagógica y tecnologías digitales en la docencia de las ciencias sociales

Coords.

Concha Pérez-Curiel

Ricardo Domínguez-García

Jorge Zarauza Castro

Dykinson, S.L.

INNOVACIÓN PEDAGÓGICA
Y TECNOLOGÍAS DIGITALES
EN LA DOCENCIA DE LAS CIENCIAS SOCIALES



COLECCIÓN CONOCIMIENTO CONTEMPORÁNEO

INNOVACIÓN PEDAGÓGICA
Y TECNOLOGÍAS DIGITALES
EN LA DOCENCIA DE LAS CIENCIAS SOCIALES

Coords.

CONCHA PÉREZ-CURIEL
RICARDO DOMÍNGUEZ-GARCÍA
JORGE ZARAUZA CASTRO

Dykinson, S.L.

2024



Esta obra se distribuye bajo licencia

Creative Commons Atribución-NoComercial 4.0 Internacional (CC BY-NC 4.0)

La Editorial Dykinson autoriza a incluir esta obra en repositorios institucionales de acceso abierto para facilitar su difusión. Al tratarse de una obra colectiva, cada autor únicamente podrá incluir el o los capítulos de su autoría.

INNOVACIÓN PEDAGÓGICA Y TECNOLOGÍAS DIGITALES EN LA DOCENCIA DE LAS CIENCIAS SOCIALES

Diseño de cubierta y maquetación: Francisco Anaya Benítez

© de los textos: los autores

© de la presente edición: Dykinson S.L.

Madrid - 2024

N.º 236 de la colección Conocimiento Contemporáneo

1ª edición, 2024

ISBN: 978-84-1070-690-3

NOTA EDITORIAL: Los puntos de vista, opiniones y contenidos expresados en esta obra son de exclusiva responsabilidad de sus respectivos autores. Dichas posturas y contenidos no reflejan necesariamente los puntos de vista de Dykinson S.L, ni de los editores o coordinadores de la obra. Los autores asumen la responsabilidad total y absoluta de garantizar que todo el contenido que aportan a la obra es original, no ha sido plagiado y no infringe los derechos de autor de terceros. Es responsabilidad de los autores obtener los permisos adecuados para incluir material previamente publicado en otro lugar. Dykinson S.L no asume ninguna responsabilidad por posibles infracciones a los derechos de autor, actos de plagio u otras formas de responsabilidad relacionadas con los contenidos de la obra. En caso de disputas legales que surjan debido a dichas infracciones, los autores serán los únicos responsables.

DESARROLLO DEL PENSAMIENTO CREATIVO EN LA EDUCACIÓN SUPERIOR: EL DOBLAJE CREATIVO

MARÍA ASCENSIÓN MIRALLES GONZÁLEZ-CONDE
Universidad Católica de Murcia -UCAM

VIOLETA PASCUAL BLASCO
Universidad Católica de Murcia -UCAM

1. INTRODUCCIÓN

La presente investigación se centra en el estudio de las técnicas de creatividad para el desarrollo de las competencias creativas en el Espacio Europeo de Educación Superior (EEES). Desde la aparición del EEES estas competencias son cada vez más relevantes porque suponen la base que sustenta la capacidad de adaptación y de innovación de los profesionales que se incorporan al espacio laboral y llevan a hacia el futuro a la sociedad en la que operan. Prueba de esta importancia es la inclusión de la medida de las habilidades creativas en la educación en los estudios PISA (OCDE, 2023; Miralles y Sánchez, 2023). La preocupación por la falta de conocimiento y formación de los profesionales que convergen en el área educativa a todos los niveles es evidente. Sin embargo, la introducción de asignaturas y metodologías para su desarrollo no termina de generalizarse en los programas educativos.

El trabajo que se expone se centra en el espacio universitario y apoya la necesidad de incorporar la formación en inteligencia creativa y desarrollo de las capacidades creativas en todos los planes de estudio de grado como formación básica. Esta propuesta se justifica porque la generación de ideas es el paso inicial e imprescindible para la innovación en todos los ámbitos de conocimiento y en la estructura de la sociedad en general. Se evalúa la utilización del doblaje como técnica para trabajar la creatividad y se recogen los beneficios que aporta esta herramienta en las distintas formas de ser aplicadas.

1.1. EL DOBLAJE EN EL ÁMBITO EDUCATIVO

El doblaje es un proceso integral de traducción y adaptación de la dimensión verbal de los contenidos audiovisuales en sincronía con el movimiento labial, la dramatización y la narrativa de la obra original (Richart, 2009). La construcción de significados y el reconocimiento de los distintos contextos e interacciones sociales en los que se da el acto comunicativo se consigue gracias a la adaptación dramática, discursiva y de la trama que se realiza desde la lengua oficial a la lengua meta. Para conseguir el denominado “efecto realidad”, se debe producir la sincronía en tres sentidos: la sincronía cinésica, es decir, la adaptación de los movimientos corporales mediante representaciones lingüísticas que acompañan al movimiento para explicarlo y evitar la incompreensión; la isocronía, que se refiere a la adaptación de los tiempos discursivos desde la lengua original a la lengua meta; y la sincronía labial o fonética, que es la adecuación de los movimientos y articulaciones bucolabiales (Chaume, 2005).

El doblaje ha demostrado ser una metodología innovadora para la adquisición de diversas competencias en el alumnado. Al implementar el doblaje en el aula, los estudiantes se involucran en procesos creativos y colaborativos, lo que incrementa su motivación y mejora la experiencia de aprendizaje. Se ha demostrado que esta disciplina audiovisual resuelve deficiencias en la comprensión lectora y la expresión oral, permitiendo a los estudiantes formar parte de un proceso de creación que incrementa su interés en la actividad (Pascual Blasco, 2021), fomentando la creatividad y el desarrollo de habilidades múltiples (Schustek García, 2021). Por otra parte, los proyectos de doblaje en el aula son efectivos para mejorar las habilidades en lenguas extranjeras en: velocidad, entonación y pronunciación (Sánchez-Requena, 2020); fluidez y pronunciación en conversaciones espontáneas (Sánchez-Requena, 2016); comprensión auditiva (Lian, 2022); reducción de la ansiedad al hablar (Huang, 2022) y adquisición de vocabulario (Delgado Pamos, 2016). Además, el doblaje incrementa la conciencia de esta industria creativa (Jüngst, 2013), fomenta la participación colaborativa entre los estudiantes (Ortega-Bellver, 2016), aumenta la cohesión grupal (Huang, 2022) y amplía la conciencia pragmática de la lengua a la que

se dobla (Lertola, 2017). Con independencia de la perspectiva educativa desde la que el doblaje se ponga en práctica, esta disciplina artística y audiovisual mejora la motivación de los estudiantes para la realización de la tarea requerida (Fernández-Costales, 2021; Fernández-Costales, 2020; Huang, 2022; Navarrete, 2013; Pascual Blasco, 2021)

De este modo, se revela como una técnica pedagógica que emplea las estrategias de manejo de recursos. Esta estrategia engloba tanto las tácticas empleadas directamente en el proceso de enseñanza-aprendizaje como aquellas que influyen en el entorno emocional y motivacional del estudiante (Valle et al., 1998). Incluir estrategias que se ocupen de las condiciones psicológicas y materiales del aprendizaje, además de las cognitivas y las metacognitivas, proporciona un soporte emocional y motivacional al alumno y hace que adquiera conocimiento, se sienta comprometido y sea capaz de aplicar lo aprendido en nuevos contextos.

La innovación metodológica que supone la integración del doblaje en el currículo se basa en su capacidad para conectar con los estudiantes a través de un formato que les resulta familiar y estimulante: el audiovisual. Los alumnos están acostumbrados al consumo de medios audiovisuales y esto hace que vean el doblaje como una forma entretenida de aprender. La reinterpretación de los diálogos permite que los estudiantes aprendan las sutilezas del lenguaje y sus matices culturales al mismo tiempo que trabajan la escucha activa y la expresión creativa. Por otro lado, el doblaje requiere habilidades técnicas y artísticas que fomentan la autonomía de los estudiantes. Algunos de los retos que esta práctica presenta a los alumnos son: comprender los aspectos técnicos de la producción audiovisual, la sincronización de la voz con el movimiento labial de los personajes y entender la importancia del ritmo y el tono en la transmisión de emociones. Enfrentar estos desafíos mejora su capacidad de comprensión y expresión, al mismo tiempo que aumenta su motivación y participación en el aula.

1.2. EL DOBLAJE COMO TÉCNICA CREATIVA

La formación en creatividad como materia curricular debe contener asignaturas en las que se impartan los contenidos teóricos básicos sobre el concepto de creatividad y los conocimientos sobre el hecho creativo

resultado de las investigaciones sobre la misma. A su vez, la formación en creatividad debe trabajar la capacidad del pensamiento creativo del alumno de la siguiente forma: detección personal de las barreras a la creatividad (también denominadas bloqueos creativos); instrucción en técnicas creativas y ejecución de ejercicios creativos que le muestren las posibilidades para su entrenamiento y desarrollo.

En este contexto, el programa práctico de la asignatura de creatividad en comunicación de los grados de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación de la Universidad Católica de Murcia contiene una selección de ejercicios de cuya aplicación se han obtenido resultados valiosos para la mejora del entrenamiento creativo del alumnado. Este programa cuenta con tareas individuales y grupales (en mayor proporción) que se realizan de forma presencial en el aula. Las características fundamentales son: por un lado, la temporalidad medida y concreta, y, por otro, la inmediatez de la propuesta que introduce el factor sorpresa en cuanto que el alumno no conoce de antemano todos los requisitos de la tarea. Estos pilares ayudan a desarrollar la respuesta inmediata ante problemas emergentes y la improvisación de las respuestas. A ellos se une el aprendizaje del trabajo en equipo que, bajo la instrucción del profesor para su ejecución, logra que los alumnos adquieran la capacidad para el trabajo colaborativo.

Concretamente se presentan los resultados de la utilización de la práctica de doblaje (semi) improvisado. Esta práctica se integra en el enfoque de entrenamiento creativo en el aula (Chacón-López, 2021) y se beneficia de las aportaciones del doblaje a la formación de los alumnos. El doblaje tiene una relación directa con la motivación, se puede llevar a cabo como actividad lúdica y permite su realización de forma improvisada. Estas características del doblaje sirven para superar las barreras de creatividad personal, sobre todo el factor clave asociado a la baja motivación (Chacón-López, 2021). Al mismo tiempo, la improvisación es un ejercicio directamente relacionado con la capacidad de resistencia que desarrolla la capacidad de adaptación al cambio. Junto a esta característica, la improvisación se utiliza como juego y, en el campo de la educación, es una herramienta para introducir la diversión en el proceso de enseñanza aprendizaje y, por tanto, de la gamificación. En la

ejecución práctica del ejercicio de doblaje creativo se ha observado la relación directamente proporcional entre la imposición de restricciones temáticas para las respuestas y la originalidad de las mismas.

Chacón-López (2021) recoge otras investigaciones que han encontrado una correlación positiva entre la autoestima (variable muy vinculada al autoconcepto) y la creatividad (Cantero et al., 2016; Deng y Zhang, 2011; Goldsmith y Matherly, 2012). Las personas con alta autoestima presentan altos niveles de motivación interna, ligada a la creatividad (Da Costa et al., 2015), reduciendo la motivación externa (Amabile y Pillemer, 2012); se sienten más capaces de realizar cualquier tarea, tienen menos miedo de expresar opiniones diferentes a las de la mayoría y son más capaces de compartir ideas creativas (Thatcher y Brown, 2010), de ahí el interés por este constructo en la presente investigación.

2. OBJETIVOS

2.1. OBJETIVO PRINCIPAL

El objetivo principal del estudio es evaluar la práctica de doblaje creativo como ejercicio/herramienta en el proceso de enseñanza-aprendizaje de las habilidades y capacidades creativas del alumnado universitario.

2.2. OBJETIVOS SECUNDARIOS

Los objetivos secundarios se centran en:

- comprobar los beneficios de la práctica de doblaje creativo cuando se deja libertad a los grupos para proponer cualquier tema principal en su propuesta creativa: las primeras ideas creativas se adoptan como resultado del ejercicio y suelen ser comunes coincidir entre los grupos participantes.
- comprobar los beneficios de la práctica de doblaje creativo cuando se imponen restricciones temáticas en las propuestas creativas: se descartan las primeras ideas y las ideas propuestas son más originales en menos tiempo.

- valorar la práctica de doblaje en cuanto a sus cualidades para introducir el factor sorpresa, el carácter lúdico, adaptación al cambio y aumentar la motivación del alumno.

3. METODOLOGÍA

El método aplicado para estudiar los beneficios del doblaje creativo en el entrenamiento y desarrollo de las habilidades creativas en los alumnos universitarios es el estudio de caso, que pertenece a la investigación experiencial o vivencial (Arteaga, 2019).

El método de investigación vivencial se centra en la experiencia personal como fuente primaria de conocimiento lo que conlleva un enfoque cualitativo. Las claves de estos métodos son la experiencia directa (los participantes se involucran en actividades o situaciones que son objeto de estudio, lo que les permite obtener conocimientos de primera mano), la reflexión de esta experiencia, la conceptualización de la reflexión (desarrollo de conceptos y teorías que explican sus experiencias) y la experiencia activa que consiste en poner a prueba en nuevas situaciones todo lo alcanzado. Esta metodología es especialmente útil en campos como la psicología, la educación y las ciencias sociales, donde la comprensión de las experiencias humanas es fundamental. Permite a los investigadores obtener una comprensión profunda de los fenómenos estudiados y desarrollar explicaciones que reflejen la complejidad del comportamiento y las interacciones humanas. Además, promueve el desarrollo de habilidades y competencias tanto en los participantes del estudio como en los investigadores, ya que ambos se involucran activamente en el proceso de aprendizaje.

El estudio de caso es uno de los métodos experienciales más utilizado que consiste en la investigación en profundidad de un caso individual o grupo específico para explorar o entender fenómenos complejos dentro de su contexto (Martínez Carazo, 2006, Jiménez Chaves y Comet Weiler, 2016).

Se trata de analizar y recoger los datos de la experiencia real del desarrollo de la práctica de doblaje creativo en la asignatura Creatividad en Comunicación durante 3 oleadas (en los cursos 2021/2022, 2022/2023 y 2023/2024). Los resultados se triangulan con el conocimiento actual

de los conceptos clave del estudio y la experiencia de los profesores que dirigen el ejercicio en el aula.

Concretamente, se ha llevado a cabo la medición de las ideas temáticas de los trabajos de los alumnos y se ha realizado un análisis comparativo entre grupos y cursos en función de la variable: limitaciones o libertad para las propuestas temáticas. Los equipos del curso 2021/2022 trabajaron sin restricciones temáticas, los del curso 2022/2023 tenían prohibidos dos temas y en el curso 2023/2024 a dos subgrupos se le impusieron limitaciones y uno tuvo libertad para elegir el tema principal.

Los datos principales que se recogen son:

- Datos del grupo: curso, total de equipos por curso, número de subgrupo y total de equipos por subgrupo.
- Existencia de restricciones temáticas: si/no.
- Enumeración de temas presentados por los equipos.
- Coincidencias de los temas entre subgrupos de cada curso y entre cursos con y sin restricciones.
- Otras coincidencias relevantes.
- Coincidencias en las primeras ideas propuestas por los equipos.
- Principales observaciones de los profesores en el seguimiento de la actividad en el aula.

3.1. DESCRIPCIÓN DE LA PRÁCTICA Y SU CONTEXTO

Los grados de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación de la Universidad Católica de Murcia (UCAM) cuentan en su plan de estudios con la asignatura Creatividad en Comunicación que tiene como finalidad alcanzar los siguientes objetivos:

- Adquirir los conocimientos teóricos sobre la creatividad.
- Conocer las definiciones del término, la investigación sobre la misma y los aspectos que influyen en ella.

- Adquirir los conocimientos teóricos sobre las técnicas creativas y ser capaz de aplicar saber en casos prácticos y trabajos de grupo.
- Capacitar al alumno para trabajar en equipos profesionales aportando su bagaje personal.
- Adquirir el conocimiento de los procesos creativos de mensajes persuasivos en los distintos medios de comunicación (convencionales y de última generación) concretando esta actividad ensayando la creación de y en distintos formatos comunicativos a través de las prácticas individuales y los trabajos en grupo.
- Definir los perfiles profesionales en los que la creatividad es un elemento clave y ubicar estos perfiles en los distintos tipos de empresas de comunicación lo que le capacitará para impulsar sus estudios teórico-prácticos con motivación y tenacidad.
- Generar una actitud creativa que le capacite para la innovación en cualquiera de los campos en los que trabaje.

En consonancia con estos objetivos, los planteamientos metodológicos de la asignatura persiguen que los alumnos adquieran un conjunto de competencias relacionadas directamente con la inteligencia creativa como son⁶⁹:

3.1.1. Competencias transversales

- (CT2) Capacidad de creatividad y resolución de problemas.
- (CT9) Capacidad para trabajar en equipo

1. Competencias específicas

a. Competencias disciplinares:

⁶⁹ Enlace a la guía académica de la asignatura Creatividad en Comunicación del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas de la UCAM donde se pueden comprobar las competencias. <https://bit.ly/3S3Ps3S>

- (CD9) Conocimiento de los métodos del pensamiento creador y su aplicación en el proceso de comunicación publicitaria.
- (CD12) Estudio de las estrategias y procesos encaminados a la creación y realización de mensajes publicitarios en los distintos soportes y medios de comunicación.
- (CD14) Conocimiento y estudio de los procesos psicosociales, cognitivos y emocionales de la comunicación.
- (CD20) Conocimiento del comportamiento humano y social.

b. Competencias profesionales:

- CP7) Capacidad y habilidad para dar forma creativa al mensaje.
- (CP8) Capacidad y habilidad para la creación y desarrollo de elementos gráficos, imágenes, símbolos o textos.
- (CP17) Capacidad y habilidad para expresarse con fluidez y eficacia comunicativa.
- (CP19) Capacidad y habilidad para comunicar en el lenguaje propio de cada uno de los medios de comunicación en sus diversas formas combinadas o nuevos soportes digitales.
- (CP20) Capacidad y habilidad de exponer razonadamente ideas.

c. Competencias actitudinales:

- (C A1) Mantener una actitud continua de aprendizaje y mejora
- (C A2) Manifestar y desarrollar un alto grado de autoconocimiento
- (C A4) Colaborar y cooperar con otros profesionales.
- (C A5) Manifestar respeto, valoración y sensibilidad ante el trabajo de los demás.
- (C A7) Trabajar con responsabilidad y afán de servicio.

En lo que respecta al programa práctico de la asignatura se ha estructurado para lograr que el alumno identifique sus capacidades creativas, las desarrolle y entienda que la búsqueda y generación de ideas creativas es el resultado de un proceso intelectual que puede iniciarse intencionadamente y que dicho proceso puede ser entrenado para su mejora.

En este sentido las tareas que ha de realizar el alumnado se han diseñado para que sirvan de herramientas adecuadas para cumplir estos objetivos.

3.1.1. Características de las prácticas de creatividad

Los ejercicios prácticos de la asignatura Creatividad en comunicación se caracterizan por una serie de rasgos metodológicos que las hacen aptas para su realización en el aula y válidas para conseguir su cometido:

- Factor sorpresa y gestión del cambio: una premisa metodológica de las prácticas de la asignatura consiste en que el alumno no sepa con certeza lo que se le va a pedir que haga en cada sesión, es decir, introducir el factor sorpresa. Para conseguir que el alumno se encuentre con una demanda inesperada de tareas se introducen cambios en todas las sesiones prácticas. Concretamente, se aplican variaciones en: la composición de grupos nuevos para cada sesión -de manera que las situaciones de trabajo con sus compañeros sean diferentes-; en los temas sobre los que trata el ejercicio; en los contenidos que tienen que construir (contenidos de programas para televisión, locuciones para actos públicos, anuncios, conferencias, eventos, monólogos, cuentos, rimas,...) y, en general, en las tareas para que supongan un cambio que rete a su cerebro a trabajar de manera diferente y entrene partes de su capacidad mental hasta ahora poco activadas. Este factor sorpresa está estrechamente relacionado con la capacidad para enfrentarse a situaciones imprevistas que conllevan cambios rápidos que demandan una adaptación urgente.
- Trabajo en equipo: la mayor parte de las prácticas son grupales para que el alumnado se ejercite en el trabajo colaborativo. Este aprendizaje es un reto en la formación en el siglo XXI. Cada vez es más difícil enseñar a los alumnos a interactuar de forma presencial aportando ideas y escuchando las ideas de los demás sin intermediación de herramientas tecnológicas. Las sesiones creativas se rigen por el principio de no juzgar las ideas aportadas, especialmente en las primeras sesiones de

generación de las mismas. Lograr que los alumnos sean capaces de superar los bloqueos personales para aportar ideas (miedo a hacer el ridículo y miedo a equivocarse) y no dejarse llevar por el razonamiento lógico que les hace evaluar las de los compañeros es un reto importante. Seguir estas directrices genera un ambiente relajado y de confianza beneficioso para que las ideas salgan con rapidez y perspicacia.

- Tiempo limitado: las prácticas que se realizan en el aula tienen determinado un periodo de tiempo concreto para su realización y exposición en la misma sesión. Acotar el tiempo de las tareas ayuda a que los alumnos aprendan a optimizar los recursos, en este caso de tiempo. Además, la presión del tiempo ejercita la atención mediante la concentración en la tarea y en el resultado inmediato que se le solicita.
- Improvisación controlada: en consonancia con el corto periodo de tiempo de que disponen los alumnos para realizar los ejercicios creativos, los resultados tienen un rasgo de improvisación. No es una improvisación total, sin embargo, no son trabajos en los que pueden introducir la reflexión, el repaso, la mejora y la búsqueda de información para perfeccionar el resultado. Deben generar varias ideas alternativas, elegir una de ellas, desarrollar un primer borrador y exponerlo ante toda la clase. Esta condición de las prácticas trabaja las aptitudes creativas conocidas como la fluidez, flexibilidad y elaboración.
- Exposición de los trabajos realizados: en el último tramo de la sesión creativa se realiza la exposición de los ejercicios ante la clase. Esta actividad final de la tarea aporta los siguientes beneficios: los alumnos aprenden a evaluar la creatividad, comprueban los resultados de todos los integrantes de la clase y pueden observar la coincidencia de las propuestas y detectar las ideas más creativas; al tener que exponer las ideas generadas se ejercitan en el atrevimiento que supone la novedad, se arriesgan a presentar propuestas que, por novedosas, no saben si serán bien aceptadas (trabajan el riesgo a exponer ideas nuevas). La

exposición del ejercicio es fundamental porque el pensamiento creativo es un proceso que va del interior al exterior, del presente al futuro, se piensa hacia adelante, hacia lo desconocido.

- Ejercicios lúdicos: En la actualidad se han desarrollado programas cognitivos de entrenamiento mental para mantener el cerebro en plena forma, desarrollar su capacidad y/o evitar su envejecimiento, como el conocido Brain Trainig del Dc. Kawashima comercializado por Nintendo o la gran variedad de juegos mentales ofertados en el espacio web. En consonancia con esta tendencia las prácticas de la asignatura consisten en juegos o ejercicios en muchos de los cuales los alumnos interactúan unos con otros, se relacionan y no solo aprenden a trabajar en grupo, sino a pensar en grupo.
- Pautas para el desbloqueo creativo: para conseguir el desbloqueo se fomenta un ambiente de aprendizaje estimulante tanto individual como para el grupo en su conjunto. Los estudiantes deben sentirse seguros para expresarse libremente y cometer errores sin miedo a que sus ideas sean juzgadas o rechazadas con la confianza de que sus aportaciones son valoradas por ser ideas. Para conseguir este ambiente de relajación entre los alumnos se recomienda el uso del humor en las propuestas. El profesor observa el comportamiento de los grupos y, si detecta tensión, aburrimiento o rechazo de ideas, establece rutinas como, por ejemplo, “no se puede decir no” ante la idea de un compañero y si quieren cambiarla tendrán que decir “sí, y ...” aportar su idea.

A continuación, se detalla la práctica analizada de doblaje creativo.

3.1.2. Descripción de la práctica de doblaje creativo

El ejercicio práctico de doblaje creativo que se analiza consiste en re-interpretar escenas de películas, proporcionando diálogos espontáneos y creativos. Los alumnos tienen que inventar un contexto completamente nuevo, lo que les permite explorar diferentes posibilidades. Su creación no puede coincidir con las características de los personajes ni

con el contexto narrativo de la escena real. Así, los estudiantes deben crear diálogos que sitúen la trama en un contexto diferente. Solo debe coincidir el número de personajes, la sincronización labial y la cohesión visual del documento original.

El ejercicio se realiza en equipos de entre cuatro y cinco integrantes seleccionados por el profesor para que no se repita su composición y procurar que interactúen con personas diferentes. Es una actividad colaborativa que fomenta la cooperación y requiere la necesidad de escuchar activamente a los compañeros y construir sobre sus ideas, lo que promueve un ambiente de co-creación y respeto mutuo que estimula una mayor participación individual.

El material con el que trabajan es la escena “Amistad” de la película de animación “El Libro de la Selva” de Disney. La escena es la misma para todos los grupos y se les proporciona mediante el enlace a YouTube⁷⁰. Además, se les proporciona las instrucciones del ejercicio y papel para que anoten todas las primeras ideas creativas y el guion del diálogo final.

El tiempo de realización del ejercicio está limitado y distribuido de la siguiente forma: 10 minutos de explicación de la tarea e instrucciones a seguir; 45 minutos de búsqueda de ideas y preparación del diálogo durante los que deben permanecer trabajando sin opción de terminar antes; 30 minutos de exposición y evaluación de las tareas mediante la observación directa de sus actuaciones y la retroalimentación de sus compañeros. La exposición de los trabajos permite a los alumnos comparar las ideas y evaluar el grado de novedad y originalidad de las mismas.

En los primeros minutos del tiempo del trabajo creativo los alumnos deben recopilar un listado de primeras ideas que consisten en propuestas generales que utilizarán para elegir la que van a trabajar.

Los criterios de evaluación de la práctica incluyen la originalidad de los diálogos, la fluidez y flexibilidad de la búsqueda de ideas y de la actuación, y la cohesión del grupo.

⁷⁰ Enlace a la escena “amistad” de la película “El Libro de la Selva” (DisneyMusic1992, 2012): <https://www.youtube.com/watch?v=UQtL8BHI93M>

Como se ha mencionado anteriormente, en algunos cursos y subgrupos de trabajo se aplicaron restricciones temáticas informadas en las instrucciones de la tarea. Las limitaciones para los grupos de prácticas analizados fueron: la temática propuesta no puede representar un contexto de fiesta. El concepto fiesta incluye: salidas con amigos, discotecas, alcohol, drogas, celebraciones (cumpleaños, Navidad, graduación, eventos familiares). La segunda restricción fue que la temática propuesta no puede representar una situación en la que el protagonista está triste por cuestiones amorosas.

4. RESULTADOS

Los datos extraídos del análisis de la aplicación de la técnica de doblaje creativo en las prácticas de la asignatura de creatividad en comunicación son los siguientes:

1. Datos del grupo: curso, total de equipos por curso, número de subgrupo y total de equipos por subgrupo.
 - En el curso 2021/2022: se formaron 19 equipos repartidos en 4 subgrupos: grupo 1 (5 equipos), grupo 2 (4), grupo 3 (5) y grupo 4 (5).
 - En el curso 2022/2023: se formaron 18 equipos repartidos en 3 subgrupos: grupo 1 (6 equipos), grupo 2 (6), grupo 3 (6).
 - En el curso 2022/2023: se formaron 17 equipos repartidos en 3 subgrupos: grupo 1 (6 equipos), grupo 2 (5), grupo 3 (6).
2. Existencia de restricciones temáticas:
 - En el curso 2021/2022 no se incluyeron restricciones en ningún subgrupo
 - En el curso 2022/2023: sí se incluyeron restricciones en todos los subgrupos
 - En el curso 2022/2023: no se incluyeron restricciones en el subgrupo 1 y sí se incluyeron en los subgrupos 2 y 3.
3. Los temas presentados por los equipos fueron los siguientes (ver tabla 1):

- Fiesta: este tema incluye salidas con amigos, discotecas, alcohol, drogas, celebraciones (cumpleaños, Navidad, graduación, eventos familiares).
- Comerse a Mowgli: propuestas en las que los personajes proponen comerse al protagonista.
- Mowgli tiene piojos
- MasterChef
- Venta de coche
- Estudios: incluye todos los temas relacionados con el entorno educativo (exámenes, clases, profesores, estudio, aprobados y suspensos, etc.)
- Soborno: 1/5
- Prostitutas: 1/5
- Animar: 1/5
- Estafa: 1/5
- Mercadona: 1/5
- Coro: pertenecen a esta categoría todos los temas con ideas musicales (ensayos, grupos, conciertos, etc.).
- Venta ambulante: 1/5
- Fútbol: 1/6
- Secuestro: 1/6
- Gimnasio: 1/6
- Niño perdido: 1/6
- Convencer para quedarse: 1/6
- Secta
- Higiene
- Competencia entre marcas
- Abuelos perdidos
- Baile
- Compras
- Ladrón: 1/5
- Conquistar chica: 2/6
- Chicos molestando: 1/6
- Gitanos: 1/6
- Tatuadores: 1/6

TABLA 1. Resultados de las propuestas temáticas extraídos por cursos, equipos, subgrupos, equipos, con/sin restricciones y temas presentados

Curso académico	2021/2022				2022/2023			2023/2024		
Total equipos	19				18			17		
Subgrupos	1	2	3	4	1	2	3	1	2	3
Equipos/grupo	5/19	4/19	5/19	5/19	6/18	6/18	6/18	6/17	5/17	6/17
Restricción temática	No	No	No	No	Sí	Sí	Sí	No	Sí	Sí
Temas presentados	Fiesta: 4/19 (21%) Comerse a Mowgli: 3/19 (16%) Estudios: 2/19 (11%)				Fútbol: 3/18 (17%) Estafa: 2/18 (11%) Secta: 2/18 (11%)			Fiesta*: 5/17 (29%)		
	Sin restricciones (Curso 21/22 + Subgrupo 1 curso 23/24 + alumno en recuperación subgrupo 3 curso 22/23 = 26) fiesta (8/26, 31%); comerse a Mowgli (3/26, 12%); estudios (2/26, 8%); coro (3/26, 12%). Del total de los grupos, un 62% presentan coincidencias temáticas. En total se recogen 14 temáticas distintas. De ellas, se repiten 4 (29%).									
	Con restricciones (Curso 22/23 + subgrupos 2 y 3 curso 23/24 = 29) fútbol (3/29, 10%); estafa (2/29, 7%); secta (2/29, 7%); fiesta (2/29, 7%)									

*En el subgrupo 3 del curso 2023/2024 hay un equipo que presenta el ejercicio con la temática fiesta, a pesar de que esta temática estaba limitada en las instrucciones.

Fuente: elaboración propia

4. Coincidencias de los temas entre subgrupos de cada curso con y sin restricciones.
- Curso 2021/2022:
Sin restricciones: de los 19 equipos, el 21% coincidieron en la temática fiesta, el 16% en comerse a Mowgli y el 11% en estudios.
 - Curso 2022/2023:
Con restricciones: de los 18 equipos, el 17% coincidieron en la temática fútbol, el 11% en estafa y el 11% en secta.
 - Curso 2023/2024:
Sin restricciones: de los 6 equipos del subgrupo 1, el 50% coincidieron en la temática fiesta.
Con restricciones: dos equipos de los subgrupos 2 y 3 propusieron fiesta (18%) a pesar de la prohibición temática.

- La coincidencia de los subgrupos, con y sin restricciones, sería de un 29% en la temática fiesta.
5. Coincidencias de los temas entre los equipos de todos los cursos con y sin restricciones.
- Con restricciones (Curso 22/23 + subgrupos 2 y 3 curso 23/24 = 29 equipos)
Un 10% de los grupos coinciden en la temática fútbol, un 7% en estafa, un 7% en secta y un 7% en fiesta.
Del total de los grupos, un 31% presentan coincidencias temáticas.
 - Sin restricciones (Curso 21/22 + subgrupo 1 curso 23/24 + alumno en recuperación subgrupo 3 curso 22/23 = 26 equipos)
El 31% coincide en la temática fiesta, el 12% en comerse a Mowgli, el 12% en coro y el 8% en estudios. Es relevante destacar que el alumno en recuperación, perteneciente al subgrupo 3 del curso 2022/2023 (con restricciones), no se le impusieron prohibiciones y presentó la temática fiesta.
Del total de los grupos, un 62% presentan coincidencias temáticas.
6. Otras coincidencias relevantes:
- El personaje que proponen los equipos para la figura del tigre desempeña un rol de autoridad que se impone al resto de los personajes. En total, el 37 % de las propuestas eligen una figura autoritaria. A esta categoría hay que sumar otras figuras que siendo autoritarias destacan por su repetición. Estas son: el policía que se repite en un 13% de casos, el profesor que supone un 11% y el depredador que aparece en un 15% de las propuestas. Estas figuras destacadas coinciden con las temáticas de fiesta, estudios y comerse a Mowgli, respectivamente. El total de la interpretación del personaje sustituto del tigre como figura que impone sus normas o su poder es del 76%. En un 7 % de los casos está representado con otro tipo de figuras como dependiente de venta y amigos. Y, por último, en el 17% restante no aparece la figura del tigre.

7. Datos sobre las primeras ideas propuestas y descartadas por los equipos.

– Coincidencias:

Fiesta: 47/176 (27%)

Estudio: 17/176 (10)

Fútbol: 11 (6%)

Desamor: 8/176 (5%)

Gimnasio: 8 (5%)

Coro: 5 (3%)

Secta: 4/176 (2%)

Política: 3/176 (2%)

Higiene: 3 (2%)

Compras: 2 (1%)

La categoría Otros contiene ideas que no se repiten y suponen un 5% del total de las primeras ideas propuestas

8. Resultados generales relativas a los temas:

– La temática fiesta es la más repetida en los grupos que no tienen restricciones e incluso aparece en algunos grupos en los que sí se imponen y aparece en todos los subgrupos en las listas de primeras ideas.

– Se repiten las temáticas más utilizadas, tanto en las primeras y ideas descartadas como en las ideas seleccionadas. Concretamente: fiesta y estudios.

– El tema comerse a Mowgli es el segundo más seleccionado en los subgrupos sin restricciones y, sin embargo, no aparece en las primeras ideas descartadas en ningún curso.

9. Principales observaciones de los profesores en el seguimiento de la actividad en el aula:

– Aunque les explique que han de hacer una primera búsqueda de ideas para construir su historia y recogerla por escrito de forma sintética, suelen intercambiar ideas sin anotar ninguna y filtran las propuestas sin darse cuenta de que lo están haciendo. Solo lo hacen cuando el profesor interviene se acerca

- al grupo y lo recuerda. En ocasiones, se detecta que no han anotado todas las ideas aportadas y necesitan un segundo comentario del profesor que indica que han de recoger todo lo aportado por absurdo o poco útil que parezca.
- Los equipos se relajan cuando interviene el profesor y recuerda que deben procurar que las ideas y el ambiente de trabajo sea divertido y que se valora en la nota la actitud del grupo en este sentido.

5. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

El desarrollo y mejora en la producción creativa como consecuencia de los programas de formación en creatividad es un resultado comprobado en investigaciones dentro del ámbito universitario como el presentado por Chacón-López (2021). Junto a los datos de su investigación con alumnos de educación, la autora aporta las conclusiones de otras investigaciones que determinan los aspectos creativos que se benefician del entrenamiento de la creatividad y la eficacia de los mismos en relación al alcance en el tiempo de estos beneficios. Así, la autoeficacia creativa, la producción creativa -fluidez, originalidad y elaboración- y la imaginación creativa aumentan considerablemente. Al mismo tiempo, otros autores han señalado la importancia de combatir los bloqueos creativos que presentan los alumnos partiendo de la detección de los mismos (Cheung, Roskams y Fisher, 2006; Mathisen y Bronnick, 2009; Tang y Werner, 2017; Byrge y Tang, 2015; Karwowski y Soszynski, 2008; Hlil et al., 2013; Kazerounian y Foley, 2007 como se citan en Chacón-López, 2021).

Las principales conclusiones del análisis de los resultados revelan que: El doblaje tiene un carácter lúdico que sirve para desbloquear a los integrantes del grupo y aumenta la motivación hacia la creatividad.

El ejercicio de doblaje creativo trabaja la flexibilidad que, a su vez, capacita para el trabajo en equipo y la adaptación al cambio.

Al mismo tiempo, el doblaje potencia la fluidez de las ideas mediante la improvisación de manera que la generación de respuestas frente a los cambios imprevistos se hace más ágil y rápida.

La introducción de restricciones como método heurístico acelera el proceso creativo y se generan ideas más creativas en menos tiempo.

La libertad de respuesta en los trabajos por equipo en las sesiones de grupo ayuda a que los alumnos comprueben en directo que las primeras ideas creativas coinciden.

Cuando los integrantes del equipo comparten contexto sociocultural (comportamientos sociales y contenidos culturales) la dificultad para proponer ideas alejadas es mayor. De hecho la temática de fiesta es la primera idea coincidente entre los integrantes de los equipos porque es un contexto compartido por los jóvenes universitarios dentro de las actividades de ocio habitual.

Se comprueba que las primeras ideas creativas se adoptan como resultado del ejercicio y suelen coincidir entre los grupos participantes cuando se deja libertad creativa, siendo respuestas menos originales. Al mismo tiempo, se ratifica que, cuando se introducen restricciones temáticas, se descartan las primeras ideas y las propuestas son más originales y se alcanzan en menos tiempo.

Por tanto, queda demostrada la eficacia de la práctica de doblaje en cuanto a sus cualidades para introducir el factor sorpresa, el carácter lúdico, adaptación al cambio y aumentar la motivación del alumno. Esta propuesta de trabajo creativo en el ámbito universitario es un paso más en el camino que se debe andar hacia el futuro de la formación superior en pro del desarrollo de la creatividad y la innovación en la sociedad.

8. REFERENCIAS

- Arteaga Pupo, F. (2019). Diferencias entre método experiencial y experimental en las ciencias pedagógicas. *Didasc@lia:Didáctica y Educación*, 10(4), 251-263.
- Delgado Pamos, M.M. (2016). La escritura de diálogos para doblaje en la clase de Inglés como lengua extranjera: implicaciones y actividades para la adquisición de vocabulario en el aula de Educación Primaria. [Trabajo

Fin de Máster, Universitat Jaume I]. Repositori Universitat Jaume I.
<https://bit.ly/4bXFcSy>

- Fernández Costales, A. (2021). Subtitling and Dubbing as Teaching Resources in CLIL in Primary Education: The Teachers' perspective. *Porta Linguarum*, (36), 175-192. DOI: 10.30827/portalin.v0i36.16228
- Fernández Costales, A. y Avello-Rodríguez, R. (2020). La traducción audiovisual (subtitulado y doblaje) como herramienta didáctica en la enseñanza del asturiano en educación primaria. En Colomo Magaña, E.; Sánchez Rivas, E.; Ruiz Palmero, J. y Sánchez Rodríguez, J. (Coord.), *La tecnología como eje del cambio metodológico* (pp.442-445). UMA Editorial.
- Chacón-López, H. (2021). Increased creative production in Spanish university students of Education. *Thinking Skills and Creativity*, 41.
<https://doi.org/10.1016/j.tsc.2021.100908>
- Chaume, F. (2005). Estrategias y técnicas de traducción para el ajuste o adaptación en el doblaje. *Trasvases culturales: literatura, cine y traducción*, (4), 145-153.
- Huang, H.-T. D. (2022). Investigating the influence of video-dubbing tasks on EFL learning. *Language, Learning & Technology*, 26(1), 1-20.
- Jiménez Chaves, V. E. y Comet Weiler, C. (2016). Los estudios de casos como enfoque metodológico. *ACADEMO Revista De Investigación En Ciencias Sociales Y Humanidades*, 3(2).
- Jüngst, H.E. (2013). Las ventajas de integrar actividades de doblaje en el aula de traducción. *Trans*, (17), 103-114.
- Lertola, J. y Mariotti, C. (2017). Reverse Dubbing and Subtitling: Raising Pragmatic Awareness in Italian English as a Second Language (ESL) Learners. *The Journal of Specialised Translation*, (28), 103-121.
- Lian, M. (2022). La aplicación didáctica del doblaje a la enseñanza del español como lengua extranjera (ELE) para estudiantes chinos del tercer y cuarto curso de filología hispánica. [Tesis doctoral, Universidad Politécnica de Valencia]. RiuNet. <https://bit.ly/4co3uF3>
- Martínez Carazo, P. C. (2006). El método de estudio de caso: estrategia metodológica de la investigación científica. *Pensamiento & Gestión*, (20), 165-193.
- Miralles González-Conde, M.A. y Sánchez Hervás, D. (2023). Formación en competencias creativas del docente universitario en el espacio europeo de educación superior. En Díaz-Noguera, M. D., Hervás-Gómez, C., Domínguez-González, M.A., Martín Gutiérrez, A. *Sembrando el futuro: la revolución en la formación y desarrollo de competencias* (pp. 94-115). Dykinson.
- Navarrete, M. (2013). El doblaje como herramienta didáctica en el aula de español y desde el entorno ClipFlair. *MarcoEle*, (16), 75-87.

- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) (2023). Marcos y pruebas de la evaluación PISA 2022. Pensamiento Creativo. Ministerio de Educación, Formación Profesional y Deportes. Recuperado de: <https://bit.ly/4dj84oP>
- Ortega Bellver, C. (2016). El doblaje en el aula: un proyecto didáctico multidisciplinar. [Trabajo Fin de Grado, Universidad Internacional de La Rioja]. Reunir. <https://bit.ly/4c7LjDV>
- Pascual Blasco, V. (2021). El doblaje de factuales como metodología innovadora para la resolución de deficiencias en comprensión lectora y expresión oral. [Trabajo Fin de Máster, UCAM]. RIUcam <https://bit.ly/4cpbYf4>
- Richart, M. (2009). La alegría de transformar: teorías de la traducción y teoría del doblaje audiovisual. Tirant lo Blanch.
- Sánchez-Requena, A. (2018). Intralingual dubbing as a tool for developing speaking skills. Translation and Translanguaging in Multilingual Contexts, 4(1), 101-128.
- Sánchez-Requena, A. (2015). Audiovisual Translation in Teaching Foreign Languages: Contributions of Dubbing to Develop Fluency and Pronunciation in Spontaneous Conversations. Porta Linguarum, (26), 9-21.
- Schustek García, A. (2021). El podcast y el doblaje para la creación de productos digitales desde una mirada inclusiva hacia las altas capacidades intelectuales. [Trabajo Fin de Grado, Universidad de La Laguna]. RIULL. <https://bit.ly/4crMbTP>
- Valle, A., González, R., Cuevas, L. M. y Fernández, A. P. (1998). Las estrategias de aprendizaje: características básicas y su relevancia en el contexto escolar. Revista de Psicodidáctica, (6), 53-68.