



Gamificación y pedagogía: Cambiando la partida.

Eje: Tecnologías emergentes ¿pedagogías emergentes?

1 María Belén Montes de Oca
UFLO, Carrera de Diseña Gráfico/Facultad de Planificación Socio Ambiental /Argentina

2 Damián Prado
UFLO, Carrera de Diseña Gráfico/Facultad de Planificación Socio Ambiental /Argentina

Resumen

El sistema universitario tiene la función de formar profesionales y por historia, tiene una tradición más academicista. Con esto nos referimos a que el foco estuvo puesto en la formación y perfiles profesionales de quienes tienen la responsabilidad de transmitir conocimientos a los estudiantes. Esta situación que es propia de este nivel educativo, enfrenta nuevos desafíos al ingresar a los espacios de estudio nuevas generaciones que distan mucho de lo que pudo haber sido nuestro paso por las casas de altos estudios. Por ende, se considera complementar la formación profesional del plantel docente, mediante la adquisición de conocimientos pedagógicos que puedan brindar más herramientas para saber cómo sobrellevar de una manera mejor la transmisión de conocimientos. En ese sentido son valiosas las formaciones que brinda la UFLO para que el plantel docente se pueda seguir capacitando. Por lo tanto, el presente trabajo quiere dar a conocer algunas innovaciones introducidas en las formas de enseñar, ligadas al aprendizaje mediante la utilización de la Gamificación de contenidos, que ayudan a poder comprender mejor los mismos y lograr un mejor transitar de los alumnos por las aulas de la Universidad. Los mismos se llevaron a cabo en las Cátedras de Comunicación 1 y 2, a partir del año 2020 hasta la actualidad.

Palabras clave

Gamificación; aprendizaje; Pedagogía.

Ponencia

El sistema universitario tiene la responsabilidad de formar profesionales de diversas disciplinas. A lo largo de la historia se caracterizó por tener un perfil academicista, donde se le da una gran importancia a la formación profesional de quienes tienen las cátedras. Debido a este motivo, la formación pedagógica no ocupó, hasta los últimos años, gran importancia al momento de armar el plantel docente, a diferencia de otros niveles educativos.

Esta concientización o necesidad de empezar a pensar en los últimos años en la formación pedagógica del plantel docente Universitario, consideramos que se da también por los nuevos escenarios que encontramos en nuestras aulas y que hacen necesario contar con más herramientas. Esto también para poder brindar una educación de calidad y acorde a los escenarios actuales. Por ende, se requiere de un plantel docente no solo bien formado desde lo profesional, sino también desde lo pedagógico y el uso de nuevas tecnologías para estar preparados para los desafíos del presente siglo.

En ese marco, se puso en consideración como los juegos, que son parte de la cultura juvenil que atraviesa nuestra Universidad, pueden ser una herramienta valiosa para lograr aprendizajes significativos. Si algo han demostrado los últimos años ha sido que el juego es una herramienta de comunicación y aprendizaje, no solo viable sino deseado tanto por jóvenes como adultos, en los cuales se vive un transitar diferente ligado a que los juegos producen también predisposiciones positivas al momento de participar.

Lo lúdico se convirtió en una aplicación tangible de la idea del cono del aprendizaje de Edgar Dale (1951), cuya noción recibió diferentes aportes que hoy sostienen que el mayor porcentaje de la retención del conocimiento se da en el aprendizaje de tipo activo: en lo que decimos y hacemos, lo que nos lleva a aplicaciones como vivir la experiencia real o simularla.

La gamificación, entendida por el portal educativo IEBS (Pañella, 2022), hace referencia a una técnica que consiste en usar elementos típicos del juego, como la puntuación, la competencia con otros usuarios, entre otros, y aplicarlo a otros contextos para aumentar la participación y la lealtad de los usuarios. También aparece como una herramienta casi natural en un mundo cada vez más atravesado por la tecnología.

¿Cuánto puede impactar la gamificación en el aprendizaje de los alumnos de la UFLO Sede Comahue de la Carrera de Diseño Gráfico? Para responder a este interrogante, se llevó a

la práctica en la Cátedra de Comunicación 1 y 2 de manera creciente desde el año 2020 . Por medio de diferentes aplicaciones se buscó motivar, generar implicación y favorecer el aprendizaje generando resultados tangibles tanto en el porcentaje de aprobados y promocionados como así también, en la percepción del alumno medida en las encuestas institucionales de satisfacción.

Tal como plantea Jean Philippe Schmidt (Cobo & Moravec {2011}), los modelos de educación superior se encuentran en quiebra. Esto se debe a problemas como, la escisión entre las habilidades adquiridas académicas aprendidas y las que requiere el mundo técnico profesional. También las habilidades que los alumnos traen en cuanto al manejo de las TIC o los aprendizajes de habilidades devenidos del uso de las mismas, tales como por ejemplo, la tolerancia a la frustración a fallar cada vez que se enfrentan a una pantalla que les indica Game Over.

Si entendemos al ser humano como un ser en constante aprendizaje y adaptación que traspassa cualquier currículo o plan de estudios (Cobo & Moravec, 2011) y que de esa intercontextualidad es capaz de aprender de los diferentes recursos a su alrededor, se puede inferir que tanto alumnos como docentes podemos tomar tanto de la tecnología disponible como de los aprendizajes derivados de ella, recursos para aplicar en la educación áulica. Y que si una cierta “mentalidad gamer” es natural hoy en día en muchos estudiantes, se puede usar es lógica para iniciar un tema, reforzar un aprendizaje o incluso evaluar un conocimiento.

Experiencias que nos llevan a saltar de casillero

El aprendizaje invisible, del que habló Cobo y Moravec (2011), nos invita a no solo “pensar fuera de la caja”, sino a olvidarnos del todo de la caja. Esta idea desafía a buscar formas originales de transmitir saberes, porque si bien no se habla de que la educación tradicional vaya a desaparecer, sí de que esta hoy no resulta suficiente a los fines de una educación que integre los aspectos más formales de aquellos que, aún desde la informalidad, plantean saberes necesarios para la práctica actual del ejercicio de cualquier profesión.

En su análisis del fenómeno educativo postmoderno, los autores citados sostienen, entre otras cosas, que la enseñanza formal tradicional hoy no motiva otros procesos de aprendizaje, y que los métodos tradicionales de evaluación que se centran en la memorización y en la repetición no resultan suficientes para medir el nivel real de aprendizaje.

Por este motivo es que puede ser muy útil para el ámbito universitario, la adopción de procesos innovadores de transmisión de conocimientos y evaluación de los aprendizajes, que podrían tener la posibilidad de complementar las evaluaciones tradicionales de la Universidad (parciales, finales) con algunas herramientas innovadoras ligadas a la gamificación de algunos contenidos. .

La idea de aprendizaje invisible, no entiende lo invisible como inexistente, sino como algo que simplemente, no resulta observable. Desde esta idea de visibilidad/invisibilidad, cabe preguntarse: ¿Cómo volver más explícito el conocimiento que los alumnos traen consigo y que aparece como tácito muchas veces en el aula? Si saben jugar, ¿podrán aprender más y mejor mediante la lógica del juego? .

Estos postulados e interrogantes, llevan a la cátedra a realizar propuestas educativas que se añaden a las ya tradicionales herramientas de las presentaciones tipo Power Point o Canva. Con base en estas ideas, se han puesto en marcha diferentes estrategias lúdicas para implementar gamificación tanto en los procesos de enseñanza como de evaluación, para así favorecer ese aprendizaje activo del que se habló al principio de este trabajo.

Inventario de herramientas empleadas

A continuación se menciona un listado de herramientas utilizadas para la gamificación de los contenidos, el cual también es acompañado por un registro fotográfico¹:

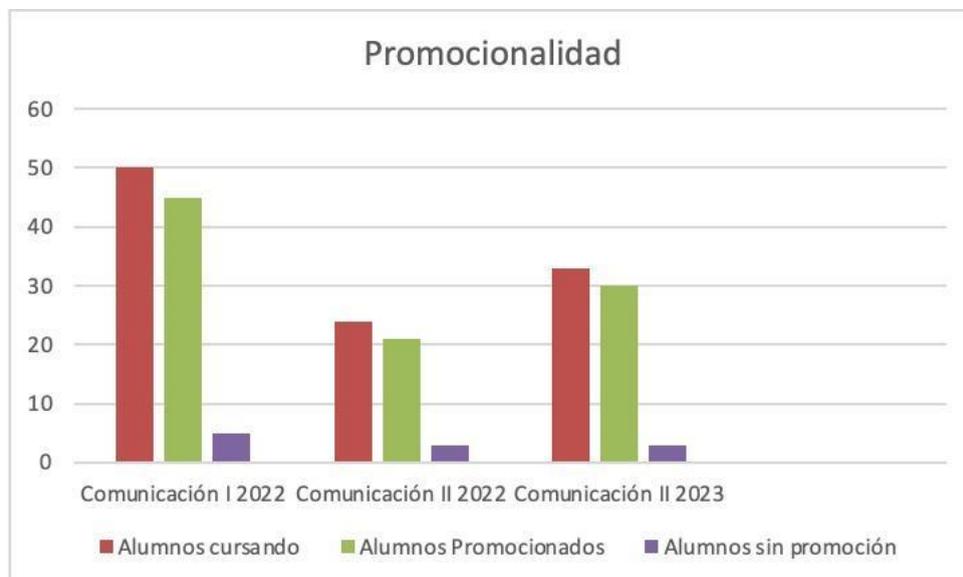
- Quizzes de Kahoot o Mentimeter tanto para iniciar un tema y chequear los conocimientos previos como para asentar una idea presentada en clases.
- Uso de QR para linkear a esas dinámicas lúdicas más digitales.
- Uso de la plataforma Miró, para la co-construcción de ideas y ejemplos de los conceptos desarrollados en clases.
- Desarrollo de una mascota de la materia, creada en base a atributos que eligen los alumnos en clases y luego se hace amigorumí (se la lleva quien ellos eligen de acuerdo a situaciones particulares en clases).

¹ Disponible en:

https://drive.google.com/drive/folders/1AX8T13yKisCRyQ35_RQur3k8zp1bdET?usp=sharing

- Juicio oral y público a las teorías de la Comunicación (formato debate).
- Creación de podcasts como formato de evaluación grupal y parcial.
- Uso de inteligencia artificial para la investigación y la obtención de primeras ideas para propuestas de comunicación.
- Generación de un sistema de puntos y creación de un trofeo para alumnos promocionales. Esto genera una situación de Photo Opportunity y un momento de festejo de los alumnos que llegan a la condición de promocionales.
- Merchandising de cierre de materias con mensaje motivador.

De la aplicación de estas dinámicas, puesta en correlación con las cifras de cada cursada, resulta interesante observar el alto número de alumnos en situación de promoción. Los valores de estudiantes promocionales supera el 80 % en todos los casos, siendo que las condiciones académicas para la materia requieren para tal caso notas de 8 o más de 8 con una asistencia del 75% al dictado de las clases.



Fuente: Elaboración propia (2023)

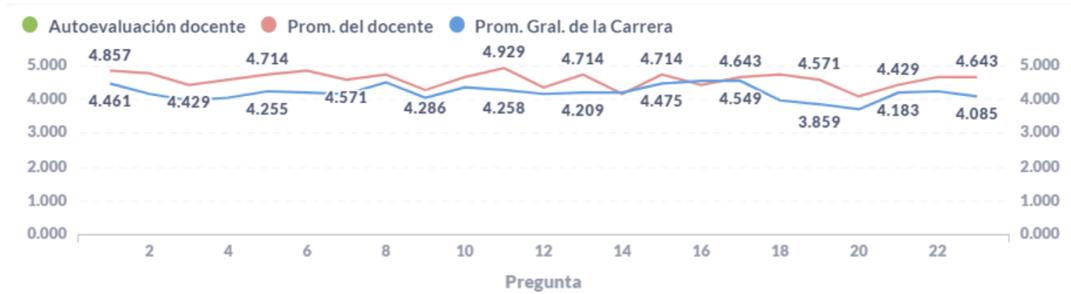
Además, si buscamos analizar el impacto en las encuestas académicas de los alumnos, se encuentra un alto grado de satisfacción con los diferentes puntos evaluados por los alumnos respecto al dictado, al aprendizaje y a los procesos.

Materia: Comunicación II

Cantidad de Alumnos Inscriptos: 24

Cantidad de Encuestas: 24

Cantidad de Encuestas Válidas: 14



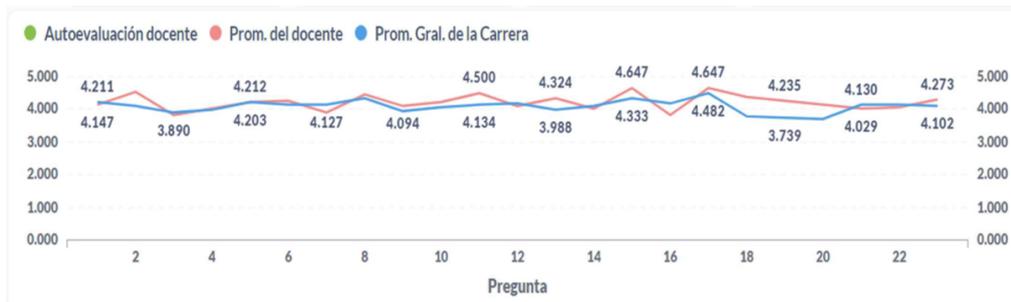
Fuente: Elaboración propia (2023)

Materia: Comunicación I

Cantidad de Alumnos Inscriptos: 50

Cantidad de Encuestas: 42

Cantidad de Encuestas Válidas: 34



Fuente: Elaboración propia (2023)

Conclusiones

Todo lo expuesto en la presente ponencia, fue usado como prueba piloto , a los fines de comprobar de cierta manera, el impacto de las estrategias lúdicas en el desempeño de los

estudiantes para animarnos a incluir más gamificación en nuestra planificación curricular, ya que hay más probabilidades de ganar (promocionar) si se participa del juego.

Más allá de lo cuantitativo arriba expuesto, y como se puede traslucir de la observación del registro fotográfico, los alumnos manifestaron una gran motivación y compromiso ante las propuestas. Por un lado la existencia de una “mascota de la materia”, nació del intercambio de la primera camada de esta gestión de la materia (2020), cuando en etapa pandémica, uno de los estudiantes se había constituido en el autodenominado responsable de personalizar la mascota en cada clase que nos encontrábamos. Esa simple dinámica creó un alto sentido de pertenencia dado que el personaje unas veces venía con sombrero, otras estaba como artista, etc. La foca, era en su momento un alumnos más de la clase que se sumaba a la cursada. Y luego, cuando los encuentros finalmente fueron presenciales, la cátedra comenzó a usar Kahoot para ciertas dinámicas y eso integró la tecnología en el dictado mismo de las clases.

La creciente matrícula de Diseño Gráfico, supuso nuevos planteos a la hora de evaluar y de abordar sobre todo Comunicación 1, de una carga teórica más grande y con un grupo de casi 40 alumnos. Fue el momento en donde se comenzó a emplear el formato debate bajo la metáfora de juicio Oral y Público a las Teorías de la Comunicación. El curso se dividió en dos grupos teóricos y cada grupo debía prepararse como Defensa y Fiscalía, con testigos y todo el imaginario de un juicio.

La respuesta fue sorprendente. Por motus proprio se comenzaron a preparar con una dedicación sorprendente a la tarea, al punto en que sus “outfits” se modificaron para ese día y ambos grupos de alumnos fueron al “evento” vestidos con trajes, corbatas, gafetes y algunos hasta llevaron maletines a los fines de personificar al detalle su “profesión de abogados por un día”. El respeto con el que se vivió el debate fue sumamente enriquecedor, ambos grupos argumentaron sus posturas dando fundamento con el cuerpo teórico que les había sido asignado. Cada prueba era sostenida con el sustento teórico pertinente y el marco del respeto marcó la jornada. Resulta especialmente llamativo que esta dinámica no constituía el parcial en sí mismo, sino una instancia de repaso antes del parcial.

La evaluación siguiente a esta dinámica, fue la creación grupal de podcasts en donde aplicaron esa teoría de la que habían hablado en el encuentro anterior. Todos los grupos desarrollaron creaciones de nivel en donde los conceptos fueron aplicados con el debido criterio. Esto permitió que ellos emplearan para la tarea saberes propios de la materia pero

sumando su creatividad, no solo en los guiones sino en el uso de efectos de sonido, elementos visuales como portadas, etc.

Un avance más en esta búsqueda de sumar gamificación, fue introducir la lógica de juego en toda la cursada de Comunicación 2, dado que es una materia más práctica en donde el foco está puesto en sus procesos creativos a la vez que se evalúa su capacidad de aplicar conocimientos. Los alumnos tenían claro que toda su participación sumaba puntos (porotos) que los haría acreedores, si se cumplían las condiciones, de un trofeo creado a tal fin: el Bean Award. Todos los alumnos promocionales se sacaron una foto con el trofeo celebrando el largo de haber promocionado la materia.

En el corriente año, se sumó gamificación al planteo de la planificación curricular, creando un tablero de juego que les vuelve más previsible, los momentos clave de la cursada. Todo lo aquí expuesto, tanto desde lo cuantitativo como desde lo cualitativo nos deja entrever, no solo el éxito académico de este tipo de estrategias lúdicas, sino el papel de ellas en la motivación hacia el estudio, todo lo cual resulta alentador a la hora de encarar nuevas propuestas que incluyan gamificación en el aula.

Frases como “Gracias por esta experiencia”, “Nos unió más como clase” o “Nos encantó hacer este trabajo”, “Aprendí mucho mejor de esta manera”, se repitieron en audios y mensajes de WhatsApp al finalizar las cursadas. Ellos, los protagonistas de este trayecto, se muestran año tras año incentivados por este tipo de dinámicas.

El aprendizaje invisible que sirve de marco teórico al presente trabajo, se vuelve más visible cuando tanto alumnos como docentes podemos integrar no solo las TIC sino también la idea del cono del aprendizaje anclado en el juego, uno que nos permite crear nuevas reglas, saltar casilleros sintiendo que se gana en aprendizaje y se llega a la meta con un valioso recorrido del saber.

Referencias Bibliográficas

- Cobo, C., & Moravec, J. (2011). Introducción al aprendizaje invisible: la (r)evolución fuera del aula. REencuentro. Análisis de Problemas Universitarios, (62), 66-81.
- Dale, Edgar. (1951). Métodos De Enseñanza Audiovisual. Editorial Reverté Mexicana.



Pañella, Oscar (2022). Gamification: qué es la Gamificación y cómo funciona.

Recuperado de: <https://www.iebschool.com/blog/gamification-innovacion/>