

La gamificación como alternativa didáctica para la reflexión de la ética del consumo en el marco de las ciencias sociales

Alexander Burbano
Universidad Antonio Nariño
fburbano08@uan.edu.co

Andrea Mahecha Montañez
Universidad Antonio Nariño
andreamahech@uan.edu.co

Resumen

Socializar la experiencia práctica del uso de material didáctico diseñado a través de la Gamificación para el desarrollo de pensamiento crítico en torno a la ética del consumo en el marco de la clase de didáctica de las ciencias sociales.

Los siguientes interrogantes permitieron articular el desarrollo de la presente reflexión y ampliar la perspectiva del uso de la gamificación con herramienta en la enseñanza escolar.

¿Cuál es el desafío que representa pensar la enseñanza de algunas temáticas de las ciencias sociales en clave de gamificación?

¿Cómo dialogan las clases teóricas de las ciencias sociales con alternativas didácticas como la gamificación?

Palabras Clave: gamificación, didáctica, ética, ciencias sociales

Abstract

Socialize the practical experience of the use of didactic material designed through Gamification for the development of critical thinking around the ethics of consumption within the framework of the didactic class of social sciences.

The following questions allowed to articulate the development of this reflection and broaden the perspective of the use of gamification with a tool in school teaching.

What is the challenge of thinking about the teaching of some social science topics in terms of gamification?

How do the theoretical classes of the social sciences dialogue with didactic alternatives such as gamification?

Keywords: gamification, didactic, ethics, social sciences

Introducción

La gamificación es una herramienta que facilita el proceso de enseñanza aprendizaje de cualquier tema, por medio de una temática basada en los video juegos, la cual busca captar toda la atención e interés de los estudiantes (...) “un diseño curricular basado en los principios de la gamificación ayuda a mantener el interés de los alumnos evitando que el proceso de enseñanza-aprendizaje se convierta en algo aburrido o sin interés”. (Ortiz Colón, Ana M., & Jordán, Juan, & Agredal, Míriam 2018, p.3). Este término fue acuñado por primera vez por Pelling en 2002 para referirse a la adaptación del juego en la educación (Rodríguez & Santiago, 2015).

Para proponer un diálogo fluido en materia didáctica en ciencias sociales, presentar una temática gamificada representa una serie de oportunidades que van acorde con (...) “las nuevas tendencias educativas integran metodologías activas y participativas donde los estudiantes adquieren una postura dinámica en su aprendizaje. En este sentido, la gamificación emerge como una herramienta de transformación educativa” (Corchuelo, 2018, p.30).

Para realizar una reflexión frutífera sobre las estrategias y herramientas que se pueden aplicar en clase para responder al desafío propuesto, el cual busca que diferentes temáticas de las ciencias sociales se reinventen, es necesario repensarse metodológicamente la estructura de dichas temáticas y la forma en que son presentadas a los estudiantes, es allí donde “La gamificación representa una herramienta poderosa para ayudar a motivar a los alumnos en clase y con ello facilitar el proceso de enseñanza aprendizaje” (Parra & Segura, 2019, p, 114.)

La gamificación es una propuesta que debe ser planteada con la misma rigurosidad que una clase magistral para poder cumplir a cabalidad con el desarrollo de una propuesta didáctica seria, ya que “Un juego puede encajar en particular con una necesidad pedagógica específica, un público en concreto, en un conjunto de objetivos y limitaciones y, al mismo tiempo, ese juego podría no ser apropiado en un contexto diferente. Un juego puede apoyar a ciertos estilos de aprendizaje o necesidades de cualificación, pero no a todo” (Contreras Espinosa, R. 2016, p.27).

Los principios básicos de los video juegos han aportado una estructura y una lógica inherente a la gamificación, por ejemplo, niveles de dificultad en una serie de retos que se van complejizando con el avance en el juego, por medio de estimulantes que están articulados a la estructura del mismo vinculan al jugador a través de diferentes niveles de los que se obtienen recompensas y satisfactores que al ser superados permiten la exploración de determinada temática, tal como lo expresa Herbert Olivia “Para que la gamificación pueda entrar al aula, es necesario que tenga una estructuración compuesta por dinámicas centradas en retos, recompensas, logros, etc., lo cual ayuda al docente a transformar clases formativas, tareas aburridas, en atractivos momentos educativos de aprendizaje significativo, en donde además de mejorar sus resultados académicos llevan a cabo una participación activa de la clase” (Oliva, H. 2017, p.32)

La gamificación por tanto constituye una alternativa para captar todo el interés del educando, en clases como las de ciencias sociales ayudando a la atención constante, motivación y participación dado que favorece los procesos cognitivos de los estudiantes “La introducción en los juegos –incluidos los de video- en los procesos de aprendizaje se relaciona con el procesamiento didáctico en función de los contenidos conceptuales, dejando como efectos colaterales lo que pueda suceder en otros ámbitos del aprendizaje de las personas” (Pagés Joan- Fernández Antoni. 2013, p.258).

Así pues, la gamificación aplicada como estrategia didáctica en el aula de clase representa una herramienta que no debe pasar desapercibida por los docentes. Esto implica a su vez un compromiso fuerte por parte del docente, estar dispuesto a salir de la zona de confort, proponerse a transformar sus propias prácticas y al mismo tiempo dar un paso hacia la escuela activa distanciándose de la escuela tradicional.

Metodología

El tema a desarrollar bajo la propuesta didáctica de la gamificación debía estar acompañado con material audiovisual por lo cual, haciendo uso de las TIC en educación, todo el contenido de la clase propuesta, se trabajó desde la plataforma (classroom) de Google. En esta plataforma se usaron diferentes ámbitos de aprendizaje que giraban en torno al concepto central, todo ello en el marco de la clase de didáctica de las ciencias sociales de Universidad Antonio Nariño, que se desarrolló el día 16 de agosto de 2019, con la participación de nueve estudiantes de diferentes semestres de la Licenciatura en ciencias sociales.

El eje temático central que se propuso fue el *Consumismo* concepto que tuvo soporte en la lectura “Sociedad de consumo y cultura consumista” (Lara, 2007), lectura que fue enviada por correo previamente a los participantes.

El classroom estaba dividido en dos partes, la primera y más sencilla, llamada tablón, en la que aparece el título principal *Consumismo*, además de una vista previa de todo el contenido de la página. La segunda parte, llamada, trabajo de clase, en la que se muestran los tres temas principales de la actividad, titulados, calentando, humanidad y cuestionario, como se puede ver en la figura 1.

El primero de estos Núcleos *Calentando*, básicamente es un botón subtulado (Todo entra por los ojos) en él se accede a video de Youtube, este video muestra una campaña publicitaria de una de las marcas más conocidas de teléfonos inteligentes, el video incita al consumo principalmente, y su propósito es captar la atención del estudiantado, con la pregunta ¿Qué sientes?. El video es presentado a los estudiantes y luego algunos de ellos participan respondiendo la pregunta.

El siguiente Núcleo *Humanidad*, es el que aloja el contenido grueso de la clase, allí contiene diez botones que conforman una ruta explicativa del concepto consumismo, partiendo de su definición, efectos sobre los consumidores, efectos en la sociedad, y repercusiones más fuertes.

Figura 1. Imagen de la Classroom sobre Consumismo



Fuente: curso

Cada botón está acompañado de tramos de textos tomados de artículos, algunos videos e imágenes relacionadas con la temática de clase, se muestra un ejemplo en la figura 2.

Figura 2. Ejemplo de una actividad



Fuente: curso

El tercer Núcleo (Cuestionario), estaba conformado por siete preguntas, cada una respondía a inferencias del texto que se había enviado previamente a los participantes.

Estas preguntas se iban desarrollando a lo largo de la clase con una temática de gamificación, la cual consistió en un escalador, es decir una imagen de una montaña con

varios niveles de ascenso, a los cuales se accedía por medio de respuestas correctas de los asistentes.

Para llevarla a cabo, se organizaron grupos de tres estudiantes, es decir tres grupos, cada grupo estaba representado por un avatar (alpinista) de diferentes colores en la montaña, tal y como se muestra en esta fotografía tomada el día y en el lugar de la clase.



El profesor encargado formulaba las preguntas, daba la palabra a cada grupo y determinaba el tiempo que se tenía para responder las preguntas, de esta manera, con cada respuesta positiva, el avatar ascendía en la montaña, y por el contrario cada respuesta errónea era castigada con el descenso, cumpliendo así con los principios básicos de la gamificación, de una forma sencilla, usando papel impreso, cinta adhesiva y creatividad.

De esta forma una vez desarrolladas todas las preguntas el grupo que tuviera el mayor ascenso ganaba un premio sorpresa anunciado a comienzo de la clase, el cual fue un mapa clásico de Colombia.

Resultados

Esta metodología didáctica propuesta en clave de gamificación evidenció un gran interés por parte de los asistentes, fue una clase con un alto índice de participación, cada estudiante realizó sus aportes y dio su punto de vista, esto siempre dentro del tema reflexivo propuesto para la clase.

Con respecto al cuestionario, se logró evidenciar que este tipo de propuestas además de aumentar la participación, promueven el interés de los temas propuestos, los educandos relacionan los conceptos con su realidad, logrando por sobre todo que los estudiantes se hicieran una serie de cuestionamientos sobre la ética del consumo.

Para la evaluación de la clase se implementó una rúbrica al final de la clase.

Tabla 1. Rúbrica de evaluación

DIMENSION	BAJO (0.0 – 2.9)	BASICO (3.0 – 3.9)	MEDIO (4.0 – 4.5)	ALTO (4.6 – 5.0)
PARTICIPACIÓN EN CLASE	No elabora preguntas	Elabora preguntas muy	Elabora preguntas	Elabora preguntas que

Dudas y preguntas	al interior del curso ni participa en los debates que se generan en la clase.	pocas veces, en las ocasiones que las realiza demuestra falta de lectura. Las preguntas generadas evidencia que no tiene interés en generar discusión ni participar en la construcción del conocimiento.	de forma pertinente frente a los temas trabajados en clase que permiten aclarar las dudas surgidas por la lectura realizada.	generaran espacios de discusión e investigación al interior del curso demostrando niveles de argumentación y proposición con base en las lecturas y contenidos propuestos para la clase.
PARTICIPACIÓN EN CLASE Dominio conceptual	Expresa sus opiniones sin fundamentos teóricos o conceptuales de las lecturas propuestas para la clase	Expresa sus opiniones con dominio conceptual muy básico, esto demuestra bajos niveles de interpretación de las lecturas propuestas	Demuestra dominio conceptual al expresar sus opiniones a la clase en ellas se evidencia un buen nivel de interpretación de las lecturas propuestas	Demuestra un alto dominio conceptual al expresar sus opiniones y aportes a la clase teniendo alto niveles y proposición con base en las lecturas propuestas
CALIDAD Y DESARROLLO DE LA CLASE	Considera que no desarrolló las habilidades y competencias en la clase debido a la poca fundamentación y desorganización de la misma	Considera que se apropió de manera incompleta de los conceptos propuestos en la clase por falta de organización de la misma	Adquiere las habilidades y competencias propuestas en la clase por el buen desarrollo de la clase y claridad aceptable de los conceptos	Genera propuestas de trabajo a partir de las habilidades y competencias que adquirió durante el desarrollo de la clase propiciadas por el excelente manejo de conceptos y desarrollo de la clase

Fuente: adaptación Rúbrica profesor Eduardo Gil, 2018.

Los criterios que allí se plasmaron fueron propuestos en concordancia con el trabajo que se pretendía llevar a cabo, (La ética del consumo bajo una estrategia didáctica de gamificación), y con el propósito de evaluar, primero, la participación activa de los estudiantes en clase, segundo, la apropiación conceptual de las temáticas propuestas para la clase, y por último, la calidad y desarrollo de la clase, en la que esta última dimensión cumplía con un doble propósito, el explícito en el enunciado y el implícito, es decir la percepción y valoración de los estudiantes con la metodología propuesta para la clase.

Se logró llevar a cabo un ejercicio de coevaluación, el cual arrojó una nota promedio de 4.1 sobre 5, y otro más autoevaluativo de dominio conceptual, arrojando un puntaje de 4.7 sobre 5, y finalmente en la parte de evaluación de calidad y desarrollo de la clase obtuvo un puntaje de 4.7, sobre 5.

¿Por qué es una innovación educativa?

Resulta innovadora en la medida que el docente se tiene que reinventar, asumir retos y salir

de la zona de confort, llegando así a transformar sus prácticas en el aula, lo cual es indispensable antes de proponer cualquier estrategia de carácter didáctico. También se resalta el uso de plataformas virtuales TIC, que en combinación con una temática gamificada resulta mucho más atractiva y diferente y efectiva.

Conclusiones

La escuela hace parte de un mundo que se transforma cada día, esto implica asumir los retos y alternativas para realizar mejores procesos de enseñanza aprendizaje en las aulas de clase, por ello los docentes están en el deber de incluir estas alternativas en su labor. Sin olvidar el contexto socio cultural, económico implícito en el proceso, ya que no es lo mismo realizar una implementación de material didáctico en una clase con 9 estudiantes, que en un aula de 30 o más, por lo cual se debe trabajar fuerte en el desarrollo de propuestas afines a cada contexto, teniendo en cuenta su viabilidad y desarrollo.

Recomendaciones

Este trabajo se realizó con el propósito de reflexionar sobre la ética del consumo en los estudiantes, no obstante, se evidencia que hacer uso de diferentes estrategias de carácter didáctico facilita el aprendizaje de nuestros estudiantes, por ello la recomendación es no limitar los recursos que usamos en el aula, por el contrario, ampliar es uso de los mismos aportando en la construcción de una mejor escuela para nuestros estudiantes.

Los desafíos que presenta la escuela son muchos, al igual son muchas las estrategias que podemos aplicar para darle cara a estos desafíos, “consideramos que la gamificación será una herramienta fundamental en el futuro, ya que su papel de crear compromiso facilitará la puesta en común y desarrollo de ideas nuevas, favoreciendo innovaciones en el aula, más allá de experimentos novedosos” (Ortiz Colón, Ana M., & Jordán, Juan, & Agredal, Míriam 2018, p.13)

Referencias

Contreras Espinosa, R. (2016). Juegos digitales y gamificación aplicados en el ámbito de la educación. RIED. Revista Iberoamericana de Educación a Distancia, 19(2), 27-33. doi:<https://doi.org/10.5944/ried.19.2.16143>

Corchuelo Rodriguez, C. A. (2018). Gamificación en educación superior: experiencia innovadora para motivar estudiantes y dinamizar contenidos en el aula. Edutec. Revista Electrónica de Tecnología Educativa, (63), 29-41. <https://doi.org/10.21556/edutec.2018.63.927>

Joan Pagès i Blanch Antoni Santisteban Fernández (edición), Una mirada al pasado y un proyecto de futuro, investigación e innovación en didáctica de las ciencias sociales. Universidad Autónoma de Barcelona 2013, ISBN de la obra completa: 978- 84-490-4418-2 ISBN de este volumen: 978-84-490-4419-9 Depósito legal: B-8305- 2014

Oliva, H. (2017). La gamificación como estrategia metodológica en el contexto educativo universitario. *Realidad Y Reflexión*, 44, 29-47.

<https://doi.org/10.5377/ryr.v44i0.3563>

Ortiz Colón, Ana M., & Jordán, Juan, & Agredal, Míriam (2018). Gamificación en educación: una panorámica sobre el estado de la cuestión. *Educação e Pesquisa*, 44(),1-17.[fecha de Consulta 3 de Julio de 2020]. ISSN: 1517-9702. Disponible en:

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=298/29858802073>

Parra, E., & Segura, A. (2019). Producción científica sobre gamificación en educación: un análisis cuantitativo. *Revista de educación*, 113-135.

Lara Pulido, G. M., & Colín, G. (2008). Sociedad de consumo y cultura consumista en Zygmunt Bauman. *Argumentos. Estudios Críticos De La Sociedad*, (55), 211-216. Recuperado a partir de

<https://argumentos.xoc.uam.mx/index.php/argumentos/article/view/450>