

Gamificación para dirigir la motivación de los aprendientes hacia contenidos lingüísticos

Alicia Onieva Lupiáñez

Universidad a Distancia de Madrid

Carolina Arrieta Castillo

Universidad a Distancia de Madrid

Introducción

Las asignaturas de contenido lingüístico suelen ser percibidas como materias complejas por parte de los estudiantes y el dominio de la expresión escrita parece ser todavía una asignatura pendiente en los estudiantes universitarios de nuevo ingreso (Álvarez-Álvarez y Boillos-Pereira, 2015; Gallego-Ortega, García-Guzmán y Rodríguez-Fuentes, 2015; Brizuela-Rodríguez, 2016).

La asignatura *Lengua Española*, impartida en los grados de Periodismo y Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad a Distancia de Madrid, tiene como finalidad expresarse con fluidez y eficacia comunicativa de manera oral y escrita, sabiendo aprovechar los recursos lingüísticos y literarios más adecuados. Se trata de una habilidad que se presume fundamental en el futuro desempeño profesional de los egresados en el área de Comunicación. Sin embargo, los datos de la asignatura indican un gran porcentaje de no presentados a examen (más del 60% en el primer semestre de 2019-2020), tanto en estudiantes del grado de Publicidad como de Periodismo.

Con la voluntad de mejorar el compromiso de los estudiantes con la asignatura, durante el segundo semestre del curso 2019-2020, se pone en marcha un proyecto de gamificación para tratar de dirigir la atención del alumnado de *Lengua Española* hacia los contenidos lingüísticos que vertebran la asignatura y que se consideran cruciales para su formación como futuros profesionales de la comunicación.

En esta comunicación se exponen los pasos en los que se ha fundamentado el proyecto de gamificación y algunos de los hallazgos más significativos tras el estudio y seguimiento del proyecto.

Los **objetivos** del trabajo son los siguientes:

- Elaborar dinámicas gamificadas que permitan motivar a los estudiantes universitarios hacia contenidos lingüísticos en entornos digitales de aprendizaje.
- Contribuir al aprendizaje de contenidos lingüísticos y al desarrollo de la competencia comunicativa en estudiantes de los grados de Periodismo y Publicidad y Relaciones Públicas.
- Estudiar las respuestas motivacionales de los estudiantes a las técnicas de gamificación.

Metodología

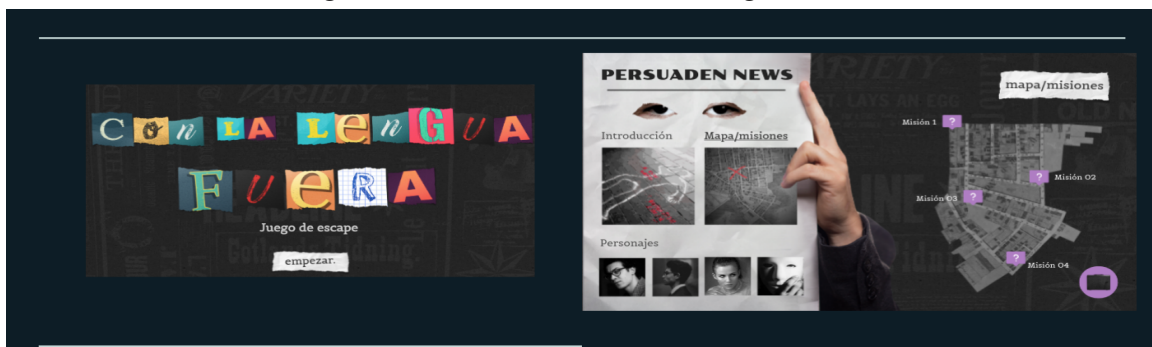
El sistema gamificado ha sido creado en el aula virtual de la asignatura *Lengua Española*, que se imparte en el primer curso de los grados de Periodismo y Publicidad y Relaciones Públicas. La gamificación incluye tres actividades de aprendizaje evaluables que los estudiantes de la

asignatura pueden realizar. Las actividades gamificadas, denominadas “Con la lengua fuera, I, II y III”, han estado disponibles durante el segundo semestre de 2019-20 y primer y segundo semestre del curso 2020-21. Un total de 112 alumnos han cursado esta asignatura durante el periodo en el que ha estado vigente el sistema gamificado.

Respecto al diseño de las actividades, se han elaborado tres dinámicas de role-play con un hilo narrativo común: la investigación de un caso periodístico en una sociedad con tintes distópicos. Las dinámicas, que incluyen interacciones con el entorno gamificado, lecturas, preguntas de distintas tipologías y actividades de desarrollo, han sido elaboradas con el propósito de conseguir la inmersión del estudiante en el juego y propiciar su motivación hacia los contenidos tratados.

Para el diseño de la gamificación se ha hecho uso de la plataforma web *Genially* y se ha insertado el formato *BreakOut Edu* en la herramienta lección de la plataforma Moodle.

Imagen 1. Pantalla de inicio de Con la Lengua Fuera I



Para la obtención de información sobre el grado de motivación de los estudiantes se ha realizado un cuestionario con la herramienta Google Forms. Los ítems sobre los que se pregunta a los estudiantes hacen referencia a la diversión, la implicación en la actividad y las experiencias afectiva y de aprendizaje (González y Robles, 2019). Los estudiantes deben responder a las preguntas del cuestionario para lograr avanzar a la pantalla final del juego.

Resultados y Conclusiones

Los resultados muestran que la experiencia de juego es, en general, positiva: el 83% de los participantes consideró la dinámica apropiada para el estudio. El 63% de los encuestados consideran la experiencia divertida o muy divertida y tan solo el 9% la califica como poco divertida.

En aproximadamente un 70% de los casos se logró una experiencia inmersiva en la dinámica y las experiencias afectivas que más sintieron los estudiantes durante su desarrollo fueron la creatividad y la autonomía.

Con relación a los objetivos planteados, se considera que la creación de la dinámica gamificada logró dirigir la motivación de los estudiantes hacia los contenidos lingüísticos de la asignatura.

Bibliografía

1 Álvarez-Álvarez, M. y Boillos-Pereira, M. del M. 2015. La producción escrita de los estudiantes universitarios de nuevo ingreso. *Magis, Revista Internacional de Investigación en Educación*. 8, 16 (oct. 2015), 71-90. DOI:<https://doi.org/10.11144/Javeriana.m8-16.peeu>.

2 Brizuela Rodríguez, A. (2016). Construcción y validación de una rúbrica para medir la expresión escrita en estudiantes universitarios. *Universitas Psychologica*, 15(1), 349-360. <http://dx.doi.org/10.11144/Javeriana.upsy15-1.cvrn>

3 Gallego Ortega, J. L., García Guzmán, A. y Rodríguez Fuentes, A. (2015). ¿Qué ocurre en la mente del estudiante universitario cuando escribe? Estudio de caso con alumnado de Magisterio. *Lengua y Habla*, 19

4 González, M. E. P., & Robles, A. S. (2019). Traducción y validación de la escala de evaluación de experiencias gamificadas (GAMEX). *Bordón. Revista de pedagogía*, 71(4), 87-99