

## Gamificación de proyecto en marco de ABP

### Autores/as:

- Diblasi, Antonella.
  - Correo: [madiblasi@ffyl.uncu.edu.ar](mailto:madiblasi@ffyl.uncu.edu.ar)
  - FFyL, UNCuyo.
- Llaver, Alison.
  - Correo: [alisonllavertic@gmail.com](mailto:alisonllavertic@gmail.com)
  - FFyL, UNCuyo.
- Polvoreda, Tamara.
  - Correo: [tpolvoreda@ffyl.uncu.edu.ar](mailto:tpolvoreda@ffyl.uncu.edu.ar)
  - FFyL, UNCuyo.

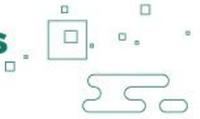
### Resumen:

La asignatura Inglés II busca una formación basada en competencias claves, entre ellas, la competencia digital como transversal a las demás. Se logra a través de metodologías activas, tales como Aprendizaje Basado en Proyectos (APB) y gamificación. Se presentan los objetivos, el desarrollo y los resultados del Proyecto interdisciplinar N° 5 de "Inglés II" "Tours en Argentina", ideado con la cátedra "Geografía y Destinos Turísticos de Argentina". Las/los estudiantes trabajaron en equipo para poder brindar una solución a una problemática: potenciar y promocionar un destino turístico de Argentina desconocido o no considerado como tal. En el proceso, aplicaron los conocimientos aprendidos y pusieron en juego diversas habilidades transdisciplinares fundamentales para la vida. Los resultados se traducen en estudiantes motivados por aprender, alto nivel de asistencia y trabajo en las actividades propuestas y mejoras en el rendimiento académico en ambas asignaturas.

**Palabras clave:** gamificación; turismo; innovación digital; aprendizaje significativo.

### 1. Contexto de la actividad

La asignatura "Inglés II", de la Licenciatura en Turismo, FFyL-UnCuyo, lleva adelante propuestas de innovación pedagógica que les permitan a las/los estudiantes aprender de diferentes maneras, en entornos significativos y reales. Estas prácticas se enmarcaron en un comienzo en un Proyecto de Investigación



del Área de Idiomas (SIIP Res. N° 2107/2020): "La Enseñanza de las Lenguas Extranjeras para Estudiantes de Turismo".

El programa completo de Inglés II se basa en la misma modalidad y las mismas metodologías. El último proyecto del programa se diseñó en colaboración con la cátedra de "Geografía y Destinos Turísticos de Argentina". Ambos espacios curriculares se dictan en segundo año. "Inglés II" es anual y troncal en el plan de estudios; el segundo se dicta en el segundo cuatrimestre. El proyecto se viene llevando a cabo desde 2019; se adaptó a la modalidad 100% virtual durante 2020 y a la bimodalidad, en 2021. Desde ese momento, se incorporaron más elementos de la gamificación y se convirtió en un proyecto educativo totalmente gamificado.

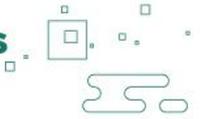
## 2. Descripción de la experiencia

### 2.1. Situación de partida y por qué se realizó esta experiencia

Esta propuesta pedagógica surge del análisis exhaustivo y la evaluación y reflexión continua sobre los procesos y resultados de estos tres años de cursado de las materias "Inglés I", "Inglés II" y "Portugués I", donde se han identificado fortalezas y debilidades en relación al desempeño de nuestros alumnos. Los objetivos de este proyecto han surgido luego de estudiar cualitativa y cuantitativamente el rendimiento de la cohorte 2018. Las/los alumnas/os no alcanzaban el nivel esperado en relación a los objetivos propuestos en las asignaturas mencionadas. Una gran mayoría no asistía con regularidad al cursado de la materia. Se mostraban reticentes a trabajar en el aula virtual, no ingresaban con regularidad y, cuando lo hacían, no cumplían con las tareas asignadas. El material de trabajo de base, específicamente el libro de texto elegido, resultaba insuficiente frente a la necesidad de presentarles contextos más cercanos a su realidad y a su futuro campo laboral. Nos preguntamos entonces, ¿quiénes son nuestros estudiantes? ¿Cómo aprenden mejor? ¿Qué necesitan aprender y qué les interesa? ¿Cómo prepararlas/os mejor para el hoy y el mañana?

Desde este punto de partida nacen las propuestas de innovación pedagógica del Área de Idiomas de la Licenciatura en Turismo.

- La **delimitación de competencias** determinadas que las/los estudiantes deben desarrollar a lo largo de su carrera será clave para resignificar el aprendizaje del idioma extranjero. La competencia digital como transversal a las demás.
- La formulación de una **currícula basada en proyectos integrales y transversales a otros espacios curriculares** sumará a la motivación necesidad por aprender e involucrarse en un proceso de aprendizaje autónomo, real y significativo, desde la implementación de metodologías



activas: ABP, gamificación, aula invertida, diseño inverso.

- La **elaboración y diseño de materiales específicos y contextualizados** que redundará en dos logros importantes: una mayor motivación de los estudiantes para la adquisición de la lengua extranjera con fines específicos, lo que, consecuentemente, disminuirá el alto porcentaje de deserción actual; y la posibilidad de implementar el trabajo colaborativo e interdisciplinar, ya que se involucrará a la lengua extranjera en visitas a sitios culturales o laborales.
- La **integración de las TIC** (entornos virtuales de aprendizaje y herramientas de autor) en las prácticas pedagógicas desde su uso real, contextualizado y significativo.

## 2.2. Relato o narración que dé cuenta del devenir de la experiencia

Las/los estudiantes trabajan en equipos de cinco integrantes. Se les presenta la situación problemática que deberán resolver durante todo el proceso, a través de misiones que irán cumpliendo. El juego se presenta en un tablero que va mostrando las reglas, los personajes, los desafíos, premios y la meta final. El producto final representa la llegada a la meta. Se introduce desde el primer momento junto con criterios claros y específicos para alcanzarla. En este enlace podrán ver un esquema que sintetiza la propuesta gamificada a los estudiantes en el aula virtual:

<https://view.genial.ly/5c151d48363ee256b5860844/interactive-content-project-5>

En este otro enlace, la propuesta del juego. Presentamos el tablero de juego. Se utiliza un Genial.ly con elementos interactivos que dirigen la atención de las/los alumnas/os hacia la narrativa del juego, las reglas, los puntos, insignias y tabla de posiciones, las misiones y niveles, los desafíos, el producto final y la rúbrica de evaluación.



**Figura 1:** captura de pantalla de la presentación del juego hecha en Genial.ly.  
**Ver enlace. Fuente:** Genial.ly elaborado por la Prof. Antonella Diblasi.

Nota: se encuentra en inglés, como gran parte de los materiales compartidos aquí, porque así se les presentó a las/los alumnas/os. Pueden observar la estética y las dinámicas e interacciones con el material en el enlace a continuación. Debajo se explicará cada parte en castellano.

<https://view.genial.ly/60f962ff965bdc0d9fd36708/interactive-content-jumanlly>

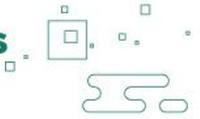
Comenzamos con una pregunta guía que activa la curiosidad y el conocimiento previo para instar a la indagación y búsqueda de respuestas:

**Si estuvieras a cargo de promocionar un nuevo destino en el contexto de pandemia, ¿cómo lo harías?**

Seguimos con un texto descriptivo sobre el contexto del problema relacionado a la situación actual del turismo en Argentina. En la gamificación esto recibe el nombre de “**narrativa**”:

*La industria del turismo está en pausa por un largo tiempo, e incluso ahora, que está reactivándose lentamente, no tenemos un claro conocimiento de cómo y cuándo volverá a la normalidad. Sin embargo, tenemos algunas certezas: el mundo no será el mismo después de la pandemia. Viajar significa estar en contacto con gente y lugares, experimentar e inspirarse en otras culturas y apoyar las economías locales conectadas al turismo. Toda cercanía y visitas, todos los tours en espacios públicos estarán atravesados por nuevos hábitos.*

*¿Qué dicen los especialistas?: “El desafío puesto por la pandemia global no nos impedirá imaginar los viajes lujosos en el futuro. En realidad, nos ha alentado a ir más allá y evolucionar con mayor rapidez” (Roeland Vos, CEO y presidente de Belmond).*



*“Traducimos el concepto de nuevo futuro como una forma de hacer lo que hacíamos antes pero con nuevas agendas, precauciones y reglas. Una perspectiva diferente, pero no dejaremos de viajar” (William Pulvirenti, gerente de Ventas en Baglioni Hotel y Resorts, Brasil y América Latina).*

*¿Qué alternativas posibles podemos imaginar para el turismo en Argentina?*

*¿Cómo se puede hacer turismo en nuestro país?*

*¿Qué formas, destinos y actividades nuevas podemos encontrar para este nuevo contexto? ¿Será posible? ¿Cómo?*

### **Producto final**

- Preparen una presentación oral; consideren los pasos del género estudiado.
- Rol: imaginen que son (elijan):
  - Agentes de viaje.
  - Miembros del Ministerio de Turismo y Cultura.
  - Emprendedores privados que enfrentan el problema para salvar al turismo en la Argentina.
- Tarea: como equipo, investiguen, descubran y presenten un nuevo destino turístico en Argentina para ser visitado por turistas en verano (2022).

Rúbrica de evaluación: criterios de evaluación e indicadores descriptivos del nivel de su alcance.

Ver rúbrica [aquí](#)

### **Niveles**

El juego establece cuatro niveles, a los cuales las/los alumnas/os debían arribar. Todos ellos estaban mediados por el uso de una herramienta virtual.

**Nivel 1:** conformen los grupos y dividan roles y tareas. Creen avatares para cada uno, teniendo en cuenta sus fortalezas y debilidades:

<https://avatarmaker.com/>,

<https://avachara.com/avatar/>,

<https://charactercreator.org/>, <https://www.bitmoji.com/>. Presenten los avatares

en Moodle

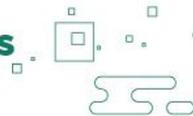
**Nivel 2:** presenten el destino elegido en un Padlet. Describanlo.

[https:// padlet.com/ariaszmza/zasa5b4x9fzkcngs](https://padlet.com/ariaszmza/zasa5b4x9fzkcngs)

**Nivel 3:** utilicen Google Maps/Street View para localizar su destino. Tracen la accesibilidad al lugar.

**Nivel 4:** presenten el producto final con Google Sites (sugerido).

Vale decir que los grupos pudieron elegir la herramienta de presentación. Fue



importante que tuvieran voz y voto coherente con todo el proceso.

Luego de presentar el producto final y la rúbrica, se explicaron las reglas del juego, las insignias, los niveles, los premios y los puntajes. Se diseñó una tabla de posiciones que estuvo disponible y visible en todo momento.

- Cada vez que un grupo llega a un nivel, obtienen 2 puntos o el equivalente a la insignia "Hollow Star".
- Cada grupo o un/a alumno/a individual puede ser reconocido con una insignia determinada en cualquier momento del juego, tanto por el/la profesor/a como por un par que reconozca un valor o una cualidad en él/ella. Cada insignia equivale a 1 punto.
- Al finalizar el juego y antes de presentar el producto final, el grupo que sume más puntos obtiene un beneficio durante la planificación del producto final. Podrá recibir ayuda de alguna/o de las/los docentes de la cátedra para preparar ese producto; este se convertirá en un miembro más del equipo.

Como hemos mencionado anteriormente, nuestros estudiantes trabajaron en equipos desde el comienzo de clases, con el fin de desarrollar un proyecto sobre un potencial o emergente destino turístico de Argentina; sitios que aún no logran un auge turístico o que quizás en algún momento lo tuvieron y por diversos motivos quedaron olvidados e, incluso, se desistió de la actividad turística porque ya no era rentable.

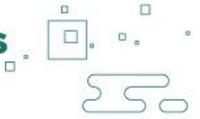
Cada grupo seleccionó un sitio de interés para potenciarlo. Aplicaron no sólo los contenidos de ambas asignaturas, sino también las habilidades y nuevas competencias desarrolladas, desde lo lingüístico, idiomático y geográfico.

A través de distintas clases llamadas "misiones", los equipos pusieron en juego habilidades de investigación; organizaron, seleccionaron, interpretaron, interfirieron para producir y luego crear un producto final que respondiera a la problemática presentada. Una vez a la semana, la clase se dictó de manera sincrónica a través de Meet. El objetivo de estos encuentros fue reforzar la habilidad del habla y acompañar el trabajo que iban haciendo los grupos, reforzando la habilidad de las/los alumnas/os para reflexionar sobre su trabajo y poder mejorar en función de la retroalimentación constante. Se utilizaron diversas herramientas para lograrlo: mentimeter.com, wordwall, jamboard, entre otros.

El equipo ganador obtuvo un premio que se tradujo en colaboración extra de las/los profesoras/es de la cátedra para trabajar con herramientas digitales que apoyan el producto final.

## Misiones

**Misión 1:** presentación del juego. Forma el equipo, lee las reglas del juego y la



narrativa. Divide y organiza roles. Crea avatares. Escribe un texto corto. Describe al equipo y presenta el destino elegido (Padlet – nivel 1). Los equipos reciben retroalimentación sobre las producciones en el Padlet.

**Misión 2:** investiga y estudia. Lee el modelo de presentación oral. Analiza y saca conclusiones. Trabaja con el contenido de Regiones en Argentina y el género de la presentación oral. Las/los alumnas/os encuentran diversos cuestionarios en Moodle, cuentan con algunas preguntas de autocorrección y otras abiertas.

**Misión 3:** revisa y refuerza la descripción de lugares para poder promocionar el destino elegido. Trabaja con análisis de descripciones, practica el uso del vocabulario y expresiones específicas. Se presentan actividades de reconocimiento y producción de vocabulario específico y descripciones. Se utilizan wikis, foros, cuestionarios.

**Misión 4:** estudia los medios de transporte y el concepto de “accesibilidad”. Investiga y propone ¿cómo llegarán los turistas al destino? Se trabaja con Google Maps, Google Earth, Street View.

**Misión 5:** ya tienes el contenido principal, ahora trabaja con el género de la presentación oral. Identifica elementos y partes. Completa un diagrama con ideas sobre tu presentación. Piensa creativamente, es hora de innovar. ¿Cómo promocionamos el destino?

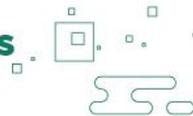
**Misión 6:** es tiempo de corroborar cómo vamos. Sesión de Meet de cada grupo con el equipo docente; compartimos, discutimos y recibimos feedback. Ahora podemos realizar un reajuste y seguir. Aprendemos a utilizar diversas herramientas digitales de presentación para apoyar el discurso.

**Misión 7:** organiza y escribe tu presentación. Usa la rúbrica para autoevaluar tu proceso y producto.

**Misión 8:** valida tu trabajo. Recibe retroalimentación sobre esta primera versión. Ya estás listo para mejorarla.

**Misión 9:** presentación final. Autoevaluación utilizando la rúbrica más narración descriptiva de la experiencia, resaltando aspectos positivos y lo que puedo hacer mejor la próxima vez. También recibiremos la evaluación y el *feedback* de los pares.

Fue necesario trabajar entre ambas asignaturas en contenidos comunes: regiones, accidentes geográficos, clima-tiempo, territorio, medios de transporte, actividades turísticas, impactos del turismo. Además, aplicar todos los contenidos adquiridos en los espacios curriculares en una presentación oral frente a un grupo de agentes de viaje extranjeros para promocionar el destino.



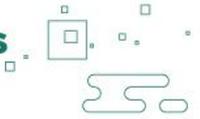
La **evaluación** fue **continua y formativa**. Se realizó de manera permanente, favoreciendo momentos para dar retroalimentación sobre cada tarea realizada. La llevaron adelante las/los docentes pero también las/los propias/os alumnas/os, a quienes se las/los entrenó para utilizar listas de cotejo y rúbricas de evaluación. De esta forma, podían autogestionar su aprendizaje, y ser autónomas/os y responsables del proceso. Las actividades propuestas durante el desarrollo del proyecto contaban con *feedback* permanente e individualizado. Las tareas que implicaban producción, oral o escrita eran evaluadas mediante rúbricas en Moodle. Existían cuestionarios de corrección automática, generalmente con el fin de proveer al estudiante práctica sistematizada; se pueden hacer cuantas veces sean necesarias. El proyecto se evaluaba mediante una rúbrica de evaluación, que se presentaba al comienzo del proyecto junto con la tarea final que los equipos debían realizar. Esto responde al diseño inverso, pero también a la metodología ABP y gamificación, ya que comenzamos por saber las reglas del juego. De esta forma se involucra a las/los estudiantes desde el comienzo, se activa la curiosidad y la motivación inicial, brindando un gran margen para la creatividad individual y colectiva; como también el aprendizaje en valores: autoestima, tolerancia, generosidad, compañerismo, libertad.

### 3. Valoración de la experiencia

El principal logro indudablemente fue la motivación de las/los estudiantes y un mayor interés en los saberes propuestos. La presencia de elementos del juego en el proceso de enseñanza y aprendizaje, sumada a la contextualización de la unidad programática en la realidad concreta de las/los estudiantes, se tradujo en un alto nivel de asistencia y participación en las clases. Este entorno les permitió avanzar a su propio ritmo, acompañadas/os por una retroalimentación continua y personalizada; y, al mismo tiempo, desarrollar habilidades como la resolución de problemas, la colaboración y la comunicación.

Las dificultades se centraron en aspectos materiales como las desigualdades entre las/los alumnas/os de acceso a una buena conexión a Internet o equipamiento tecnológico. Un alto porcentaje trabajaba con el celular y la app de Moodle, por lo que debimos asegurarnos que las páginas que sugerimos y las herramientas virtuales utilizadas pudieran ser *responsive* y livianas, para que las/los jóvenes pudieran trabajar en ellas. Fue necesario demostrar flexibilidad a la hora de evaluar y ampliar los medios: de una llamada por Meet a una por Whastapp, por ejemplo. Debimos aceptar videos en lugar de videoconferencias, ya que las/los estudiantes utilizan datos (no Internet wi-fi). Debimos favorecer los intercambios, ya sea en instancias del proceso o de evaluación, ofreciendo variedad de recursos y formas. Adaptamos el material digital a un formato PDF descargable y todas las clases fueron grabadas y subidas a Youtube o Drive, para facilitar su descarga.





Una de las propuestas de mejora que nos hemos propuesto para este año es optimizar la proporción de actividades (tanto de práctica como de evaluación) individuales en relación con las actividades grupales.

#### 4. Conclusiones de la experiencia

Las/los estudiantes trabajaron colaborativamente en entornos virtuales para lograr un objetivo común, conocido. Se les presentó el producto final, al cual debían arribar, y la rúbrica de evaluación que establece los criterios. Pero pudieron elegir la forma de llevarlo a cabo, tomando decisiones sustentadas en evidencia y conocimientos. La gamificación totalmente digitalizada aportó elementos de alta motivación. Esto, sumado al contexto realístico, involucró a las/los estudiantes en un proceso significativo en la búsqueda de una solución real, concreta, creativa y efectiva. Para lograrlo, hicieron preguntas, partieron del conocimiento previo, buscaron información, seleccionaron y analizaron datos para luego elaborar, aplicar, relacionar y, finalmente, poder sacar conclusiones y conceptualizar.

#### 5. Bibliografía de referencia

Jamificación Jam (s.f.) Recurso página web.  
<https://gamificationjam.wixsite.com/gig2016>

Gonzalez del Hierro, M., Ginger Robles, J., Quintero, E. [Genially] (21 de abril, 2021). *Gamificación aplicada a la enseñanza superior*.  
<https://www.youtube.com/watch?v=nGF5diHmKJA>

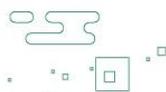
Aprendiendo con Julia (s.f.) *Generador de candado digital*. Recuperado en el año 2021 de:  
[https://aprendiendoconjulia.com/generador-de-candados-digitales-educativos/?fbclid=IwAR3TrSNf\\_qNKKTLHmaUZGO5QGJ6onUogoexgipvgnHBxNs7hgehWVYc rMXo](https://aprendiendoconjulia.com/generador-de-candados-digitales-educativos/?fbclid=IwAR3TrSNf_qNKKTLHmaUZGO5QGJ6onUogoexgipvgnHBxNs7hgehWVYc rMXo)

Aprende N5 (6 de enero de 2022). *Cómo hacer un Kahoot para más de 10 personas*.  
<https://www.youtube.com/watch?v=HTn5USCzvfW>

Educaplay (s.f.). Sitio para crear o utilizar juegos. <https://es.educaplay.com/>

Socrative (s.f.). App para el seguimiento de los procesos de los estudiantes.  
<https://www.socrative.com/higher-ed/>

Sandbox educación (s.f.). *Experiencias de aprendizaje colaborativas*. Recuperado de:  
<https://sandboxeducacion.es/>





Playmotiv (2019). *Gamification and dopamine: why games motivate us*.  
<https://playmotiv.com/en/gamification-and-dopamine-why-games-motivate-us/>

Hamari J., Koivisto, J. y Sarsa, H. (2014). *Does Gamification Work? – A Literature Review of Empirical Studies on Gamification*. 47th Hawaii International Conference on System Science 2014.  
[https://www.researchgate.net/publication/256743509\\_Does\\_Gamification\\_Work\\_-\\_A\\_Literature\\_Review\\_of\\_Empirical\\_Studies\\_on\\_Gamification](https://www.researchgate.net/publication/256743509_Does_Gamification_Work_-_A_Literature_Review_of_Empirical_Studies_on_Gamification)

De Freitas, S. (2013). *What can gamification add to cultural heritage*.  
[https://www.digitalmeetsculture.net/wp-content/uploads/2013/07/Sara\\_de\\_Freitas\\_What-can-Gamification-add-to-cultural-heritage.pdf](https://www.digitalmeetsculture.net/wp-content/uploads/2013/07/Sara_de_Freitas_What-can-Gamification-add-to-cultural-heritage.pdf)

