

# **Gamificación y aprendizaje de segundas lenguas**



# ¡Hagan juego!

■ JOSÉ MANUEL FONCUBIERTA

El juego desempeña una función importante en el desarrollo de nuestro aprendizaje tanto en la infancia como en nuestra edad adulta. Jugar es una actividad significativa y común en todas las culturas (Huizinga, 1949), en todas ellas tiene presencia. Se puede decir que los juegos comparten un patrón similar. Suelen ser actividades voluntarias con unos límites de tiempo, con una serie de normas de funcionamiento, que sirven para incentivar, provocar tensión e implicación en quienes participan. Según Mora (2013), el juego es el aprendizaje disfrazado, un medio importante para despertar la curiosidad, dirigir la atención, fortalecer la memoria y, por tanto, favorecer el aprendizaje en las aulas.

Son muchos los elementos en común que poseen el juego y el aprendizaje. Para Glover (2013), en ambos procesos hay una actividad dirigida hacia unos objetivos; ambos contienen un sistema de reglas o normas de comportamiento y presentan unas metas que son objeto de deseo para

el alumno/jugador. Marina (2013) destaca la importancia de la dirección y la orientación hacia unos objetivos claros como aspecto relevante para el desarrollo de la motivación. Y así, en el aprendizaje de una segunda lengua se incluye, en muchos casos, el juego como incentivo motivador para la práctica del idioma.

En la didáctica del español como una segunda lengua o lengua extranjera el juego ha ocupado y ocupa siempre un espacio destacado dentro de la cultura del aula. La mayoría de profesores reconoce la valía de las actividades lúdicas en el aprendizaje de una segunda lengua: añaden diversión, mejoran la atención, ayudan a modular estados anímicos y proveen de descansos cuando detectamos agotamiento. En nuestra opinión, jugar es una actividad muy seria, que aporta notables beneficios a la hora de solucionar la principal preocupación de quien enseña y de mitigar el posible sufrimiento de quien aprende: el aburrimiento.

## ¿Qué es la gamificación?

Gamificar no significa solo jugar. De acuerdo con Deterding (2011: 1), que fue quien acuñó el término, la gamificación es “el uso de las mecánicas de juego en entornos ajenos al juego”.

Los estudios empíricos llevados a cabo, muy especialmente en sectores laborales ajenos al ámbito educativo (*marketing*, recursos humanos, etc.) destacan la gamificación como un elemento significa-



tivo en la mejora de la producción y del talento creativo de los individuos, gracias a los beneficios que aportan los ingredientes del juego en las tareas de formación y realización de proyectos en estas áreas. En el campo de la educación, investigaciones llevadas a cabo en escuelas y universidades (véase informe *NMC Horizon Report* sobre Educación Superior, 2014) han señalado también el valor de la gamificación en los procesos de en-

señanza y aprendizaje. Entre todas sus bondades muchos estudios destacan el aumento de la implicación de los alumnos en actividades que, *a priori*, podrían considerar como aburridas o difíciles, produciéndose así una mayor motivación del sujeto que aprende; un estímulo positivo procedente, en muchas ocasiones, del reconocimiento al esfuerzo, el premio y los sistemas de retroalimentación que permite la sensación de juego.

## Rasgos que definen la gamificación

El término gamificación surge en un momento de gran desarrollo de los contenidos digitales, de la mano fundamentalmente de los videojuegos y de la animación. Aunque su esencia ya estaba presente también en el mundo analógico, el estímulo multisensorial de los juegos digitales ha producido toda una innovación en mecánicas de aprendizaje que, en su diseño, se sirven de los rasgos del juego digital para cautivar, absorber la atención, aumentar la motivación, estimular el sentido de control, fomentar la implicación y la sensación de flujo<sup>1</sup> en los alumnos/ jugadores. Entre los rasgos más destacados en la definición de gamificación se encuentran los que siguen:

**Ranking.** Es ese sistema de puntuación y porcentaje que supone para el alumno un incentivo y un estado consciente del progreso de su aprendizaje. Al recibir de manera periódica su posición en la secuencia de logros, se consigue estimular en el estudiante un elemento por el cual los juegos son tan productivos: el sentido de competición.

**Avatar.** Este elemento permite al alumno/ jugador construir una identidad. La representación ideal de uno mismo es la causante de una sensación de agrado, de una imagen positiva de uno mismo, de una sensación de distanciamiento que son vitales también en la comprensión del error dentro del proceso de aprendizaje.

---

<sup>1</sup> Para Csikszentmihalyi (1992: 230), la situación de flujo es aquella en la que experimentamos como un abandono de nuestra propia consciencia al estar tan implicados en algo que apenas sentimos el transcurrir del tiempo. En palabras del propio autor: "son situaciones en las que una persona puede emplear libremente la atención para alcanzar sus objetivos."





Ese efecto reporta beneficios en aspectos tan importantes como son la confianza y el sentido de competencia.

**Niveles.** Añaden esa sensación de logro y de progreso al jugador/alumno, ya que le permite tomar consciencia de que supera escalas de dificultad o esfuerzo, lo cual ayuda a fortalecer la autoestima.

**Retos.** Son elementos que estimulan la motivación. Representan los obstáculos que los alumnos deben superar para alcanzar sus metas. Y, asimismo, es el recurso responsable de aglutinar la atención, ya que aportan ese sentido de propósito tan necesario en el aprendizaje.

**Presión tiempo.** Aunque pueda ser reconocible como un elemento ansiógeno, la dosis suficiente de tensión por el factor tiempo puede suponer un tipo de ansiedad posibilitadora que permita al jugador/alumno mantener el estado de alerta e ir perfeccionando aquellas habilidades cognitivas, de acuerdo a un nuevo reto. Nos referimos al factor temporal unido a la puntuación y a la obtención de premios.

**Logros.** La sensación de valía está muy relacionada con nuestra autoimagen y con nuestra capacidad de vernos a nosotros mismos como dignos valedores, es decir, como personas con sentido de competencia.



Una de las claves de la gamificación, en su potencial para implicar a los alumnos en el proceso de aprendizaje, reside en la obtención de logros o recompensas, ya que son elementos que ayudan a fortalecer la autoestima positiva del sujeto que aprende.

**Feedback.** La oportunidad de obtener un *feedback* inmediato, es de los rasgos que más favorece la autonomía, el déficit de abandono y, por tanto, la continuidad del esfuerzo llevado a cabo por el alumno. Los sistemas de autocorrección o corrección mecánica en el aprendizaje de una segunda lengua encuentran en estos elementos de la gamificación un buen soporte y sustento para la participación activa del alumno.

**Cooperación.** El juego ha sido desde siempre un elemento clave en el entrenamiento de las habilidades sociales. Por ello, en clases menos participativas, la gamificación consigue despertar entre los jugadores/ alumnos el sentimiento de que el trabajo cooperativo puede ser efectivo para conseguir las metas individuales. La rutina de estas mecánicas de aprendizaje, en torno a unas normas de comportamiento colectivo que son voluntariamente aceptadas, permite a los usuarios desarrollar los sentidos de pertenencia o afiliación tan importantes en la creación de comunidades de aprendizaje



**Bienes virtuales.** Es un elemento claramente dirigido a alimentar la motivación y el apetito por seguir jugando/aprendiendo. Consiste en un sistema de recompensas que permite al jugador/alumno su diferenciación dentro del colectivo. Los bienes virtuales son la concreción de los objetivos a corto plazo que el alumno/jugador va consiguiendo. Son premios virtuales (medallas, monedas, etc.) que satisfacen la construcción de una identidad y la sensación de logro tan importante en la consecución de las metas de aprendizaje.



## Conclusiones

Sin llegar a ser la panacea ni la solución global de la multitud de factores que pueden incidir en el aula de ELE, la gamificación se presenta a día de hoy en el ámbito de la enseñanza de segundas lenguas como un instrumento innovador, muy en sintonía con los mecanismos de aprendizaje y las necesidades de nuestros alumnos.

Según Van Lier (2008:1), "el aprendizaje depende más de la actividad y de la iniciativa del alumno que del *input* transmitido por el profesor o el libro de texto". Y, en ese sentido, gamificar es sin duda apostar por la sensación de agencia (acción), por

que ayuda a los alumnos/jugadores en la toma de sus propias iniciativas dentro del proceso de aprendizaje.

Ahora que tanto se habla de la enseñanza orientada a la acción, la inclusión de la gamificación supone refrendar la pedagogía basada en permitir que los alumnos sean capaces de realizar actividades concretas y dirigidas a un logro estimulante.

*Spanish Challenge*<sup>2</sup> (2014) representa la primera apuesta seria de gamificación llevada al ámbito de la enseñanza/aprendizaje del español como segunda lengua o lengua extranjera.



<sup>2</sup> Ver ejemplos visuales de esta aplicación para *smartphones* y *tablets* de Editorial Edinumen y Big Bang Box en Figuras 1, 2 y 3.



## Bibliografía

- BBVA Innovation Edge (2012): *Gamificación, el negocio de la diversión*, 3, 1- 65. Consultora de medios Nielsen. Disponible en: <http://blog.nielsen.com/nielsenwire/online> (Consultado el 23/06/2013).
- CSIKSZENTMIHALYI, M. (1992): *Flow. The Psychology of Happiness*, Rider, London.
- DETERDING, S. (2011): *Gamification: Toward a Definition*, CHI, Vancouver. Disponible en: <http://gamification-research.org/wp-content/uploads/2011/04/02-Deterding-Khaled-Nacke-Dixon.pdf> (Consultado el 23/06/2013).
- GLOVER, I. (2013): *Play as you learn: gamification as a technique for motivating learners*, Sheffield Hallam University. Disponible en: <http://shura.shu.ac.uk/7172/> (Consultado el 23/06/2013)
- HUIZINGA, J. (1949): *Homo Ludens. A study of the play-element in culture*, ROUTLEDGE & KEGAN PAUL, London.
- VAN LIER, L. (2008): *Agency in the classroom*, en Lantolf, J.P. & Poehner, M.E. (Eds.) (2008), *Sociocultural theory and the teaching of second languages*, London: Equinox. Disponible en: <http://www.dilit.it/allegati/LeoVan-LierScrittaParte.pdf> (Consultado el 23/06/2013)
- MARINA, J.A. (2013): *Talento, motivación e inteligencia. Las claves de una buena educación*, Ariel, Madrid.
- MORA, F. (2013): *Neuroeducación. Solo se puede aprender aquello que se ama*, Alianza Editorial, Madrid.
- NMC (2014): *The Horizon Report: 2014. Higher Education Edition*. Disponible en: <http://www.nmc.org/pdf/2014-nmc-horizon-report-he-EN.pdf> (Consultado el 23/06/2014).



The logo for Edinumen, featuring the word "Edi" in white on an orange rectangular background, and the word "numen" in white on a dark blue rectangular background below it.

Edi  
numen

Tel.: +34 91 308 51 42  
edinumen@edinumen.es  
www.edinumen.es



PASIÓN POR  
EL ESPAÑOL