

com o ambiente de exibição? Como eles afetam nossos sentidos? Que ferramentas temos hoje para sair do formato bidimensional? O objetivo deste trabalho é refletir sobre como imagem, espaço e materialidade se relacionam para sair de um pensamento monocanal e entrar na experiência do vídeo como algo imersivo e total que desafia os corpos.

Palavras chave: Hibridização - arte contemporânea - arte intermediária - espaço - espaço expositivo - corpos - sensorialidade - práticas audiovisuais - processos criativos

(*) **Mercedes Lozano:** Artista, investigadora y diseñadora de comunicación (EAyP-IDAES_UNSAM). Asimismo, es parte de Híbrida Laboratorio y trabaja en gestión cultural. • **Violeta González Santos:** Artista visual y poeta. Es parte de Híbrida Laboratorio y a su vez trabaja en curaduría y gestión cultural.

¿Cómo usar la gamificación en Educación Superior? Desafíos para el diseñador

Fecha de recepción: septiembre 2021

Fecha de aceptación: noviembre 2021

Versión final: enero 2022

Josefina Leonor Matas Musso (*)

Resumen: La digitalización en la Educación Superior lleva a la necesidad de replantear los sistemas de enseñanza – aprendizaje y a poner mayor énfasis en las herramientas que permitan centrar el conocimiento en los estudiantes. De esta manera, el término gamificación surge como un recurso nuevo recién en el 2008. En este artículo, se presenta la definición de gamificación, según su creador el diseñador Sebastián Deterding, sus ventajas en la educación, cómo utilizarla, aspectos a considerar por el usuario, para concluir con los desafíos que tiene el diseñador actualmente al ser una estrategia nueva dentro de la enseñanza-aprendizaje.

Palabras clave: Gamificación - estrategias de enseñanza – aprendizaje - aprendizaje centrado en el estudiante - Educación Superior - didáctica

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 169]

Introducción

La irrupción de la digitalización en la Educación Superior, como consecuencia de la pandemia del COVID 19 es un hecho que ha llegado al mundo entero.

Gran parte del desafío para el docente fue adaptar los contenidos de sus asignaturas presenciales al aprendizaje remoto de emergencia. Esta transición implicó un esfuerzo no solamente por inyectar más tecnología, sino por integrar lo tecnológico, lo cognitivo, lo relacional y lo pedagógico (H. Pardo Kuklinski y C. Cobo, 2020: 23). Es así que comienza a escucharse en las aulas virtuales la palabra “gamificación”. Este término si bien aparece en el 2008, se populariza en el 2010, gracias a Sebastián Deterding, diseñador de experiencias (Deterding et al., 2011a: 2) dice que: “La gamificación es la aplicación de técnicas y estrategias de diseño de juegos y videojuegos en entornos no lúdicos para aumentar la motivación y fomentar la realización de determinadas acciones deseadas”.

Una vez entendida la definición de gamificación surge la siguiente duda: ¿cuál es la diferencia entre gamificación y juego?

Existe un delgado hilo entre ambas, pero el juego es un producto acabado que tiene un objetivo lúdico o de entretenimiento, mientras la gamificación parte de un objetivo didáctico. Es decir, en una actividad “gamificada” el estudiante aprende como si estuviera jugando un juego. Según Brian Burke (B. Burke, 2014) las experiencias son encuentros personales que ocurren en periodos de

tiempo e impactan profundamente nuestras percepciones, construyen conocimiento y dirigen nuestras acciones. En una lección “gamificada” la experiencia del jugador o sea el estudiante está diseñada como un viaje, que toma lugar en un espacio y tiempo que a su vez puede tener elementos reales y ficticios.

Ventajas de la gamificación en la educación

Quiénes somos docentes universitarios estamos acostumbrados a la escena de un estudiante preparando introspectivamente sus asignaturas, con un muy bajo nivel de interacción y sociabilidad con el resto del curso. Esta conducta nos alerta de la obsolescencia de ciertos modelos universitarios presenciales. En la virtualidad, esa lógica se potencia aún más. (H. Pardo Kuklinski y C. Cobo, 2020: 31) y es con la gamificación que surge la búsqueda de nuevas herramientas que sirvan en la educación en línea y motiven a los estudiantes en las diferentes fases de su aprendizaje. La gamificación facilita el trabajo colaborativo, evita el plagio, ayuda a resolver problemas de manera rápida y permite el feedback directo en algunas actividades.

¿Cómo usar la gamificación?

Lo primero que debemos cuestionarnos es qué gamificar y en qué momento gamificar. Se puede gamificar una actividad dentro de una clase, parte de una clase o toda una clase.

La decisión es del docente y siempre debe tener un objetivo didáctico.

Para ello es importante conocer cuatro aspectos del juego (M. Cansino, 2020): Elementos; Mecánica; Dinámica; Estética.

Por ejemplo: Juego: Monopolio.

- Elementos: tablero, fichas, dado, cartas, dinero, casas, hoteles, instrucciones.

- Mecánica: tirando los dados y sacando cartas hacer inversiones analizando la factibilidad de ellas en función de que un contrincante caiga o no en un casillero.

- Dinámica: competir y establecer alianzas.

- Estética: tablero con casilleros de diferentes colores (es importante que todo el juego responda a una línea gráfica).

- Cómo se puede usar en clases de la Carrera de Diseño Gráfico: En una clase para Diseñadores Gráficos y el emprendedurismo se puede utilizar esta herramienta para enseñar a los estudiantes pequeños conceptos de contabilidad: el manejo del dinero, los pagos que se deben realizar, el debe y el haber, la habilidad de la negociación, etc.

La negociación financiera, tan importante y, a veces no considerada por el diseñador gráfico, se puede aprender en este juego. En el Monopolio es factible tomar el rol de negociar en ventaja, cuando necesitan de nuestra ayuda otros jugadores, de la misma manera somos nosotros los que tenemos que aprender a negociar en una situación de debilidad. Este juego también ofrece la posibilidad de familiarizarse con conceptos como impuestos y ver de qué manera vemos cómo el rendimiento de nuestra propiedad disminuye por estas tasas que estamos obligados a pagar, en este sentido todas las casillas sorpresa nos ayudan a descubrir estos aspectos que muchas veces pasamos por alto a la hora de pensar en las ganancias. Cansino sostiene que, una vez escogido el juego es importante tener en cuenta los siguientes aspectos (2020):

- Definir un objetivo: antes de diseñar la actividad hay que tener muy en claro la meta o el objetivo didáctico. La gamificación debe responder a un objetivo de aprendizaje que a su vez responda a la necesidad del estudiante. Una experiencia de gamificación debe ser la solución a una necesidad y debe ser medible, es decir evaluable.

- Mentalidad de desafío: los desafíos ayudan a resolver problemas no como una obligación sino como un reto a sacar adelante y motivan al estudiante.

Establecer ciertas normas: necesitamos unas reglas concretas para que los alumnos comprendan que se trata de una competición sana y participen de forma ordenada.

- Precisar los niveles: la posibilidad de definir niveles en la gamificación resulta recomendable para que la actividad se adapte paulatinamente a los progresos que experimenta el alumno y que este no pierda de vista el reto propuesto.

- Definir puntos o bienes virtuales (insignias, trofeos, etc.): son aquellos elementos que hacen atractivo el juego, que impulsan al jugador a mantenerse en el mismo. Uno de los elementos centrales de la motivación es la curiosidad. ¿Cuál es el premio o cómo es el premio? La curiosidad hace que persistamos en el juego. Los puntos o los bienes virtuales como las insignias son elementos que sirven como premio dentro de la gamificación.

- Concretar las misiones: son aquellos objetivos desafíos que el jugador debe ir alcanzando para ganar el juego, obtener puntos, llegar a un destino, salvarse o rescatar a alguien, entre otros.

- Evaluación: el juego proporciona una ida y vuelta tras corregir los errores. El alumno tiene que ver que aceptamos el error como algo natural y superable y que le proporcionamos una solución e información sobre sus puntos más débiles. Para evaluar, lo más importante es diseñar los premios teniendo en cuenta los objetivos de aprendizaje. Sin embargo, según Brian Burke, (B. Burke, 2014) lo primero que el participante debe poder recolectar es diversión si no, no es juego. Lo siguiente deben ser cosas, tales como puntos, insignias y rangos. Sin embargo, ningún juego está listo para ser utilizado si no se valida, en primer lugar, por parte de los diseñadores y en segundo por el usuario que puede ser representado por un grupo focal. Solo teniendo esta retroalimentación se puede proceder a editar por última vez antes de cargarlo en el aula virtual.

Conclusión

Se recomienda la gamificación como una herramienta que ofrece muchas variantes y posibilidades a la hora de aplicarla en el aula, consiguiendo involucrar de manera activa a nuestros estudiantes, haciendo que se sientan cómodos y motivados durante el desarrollo de su proceso de aprendizaje. El desafío es grande en el diseñador puesto que, al ser una disciplina nueva, hay mucho que experimentar e investigar, considerando que, de la mano de otras disciplinas se pueda llegar a productos de gran utilidad para la Educación Superior.

Bibliografía

- Burke, B. (2014). Gamify: Howgamificationmotivatespeopleto extraordinarythings. Brookline, MA: Bibliomotion, Inc.
- Cansino, M. (13 de noviembre de 2020). La gamificación en la Educación Superior. La Paz: Universidad Católica Boliviana "San Pablo".
- Deterding, S.et.al, 2011. Fromgamedesignelementsto gamefulness: Defining "Gamification", en *MindTrek'11 Proceedings of the 15th International Academic MindTrek Conference: Envisioning Future Media Environments* (pp.9 - 15), Nueva York :Editorial Planeta S.A.U.
- Kuklinski, H. y Cobo, C. (2020). *Expandir la universidad más allá de la enseñanza remota de emergencia Ideas hacia un modelo híbrido post-pandemia*. Barcelona: Outliers School.

Abstract: Digitization in Higher Education leads to the need to rethink teaching-learning systems and to place greater emphasis on tools that allow students to focus knowledge. In this way, the term gamification emerged as a new resource only in 2008. In this article, the definition of gamification is presented, according to its creator, the designer Sebastián Deterding, its advantages in education, how to use it, aspects to be considered by the user, to conclude with the challenges that the designer currently has to be a new strategy within teaching-learning.

Keywords: Gamification - teaching strategies - learning - student-centered learning - higher education - didactics

Resumo: A digitalização no Ensino Superior leva à necessidade de repensar os sistemas de ensino-aprendizagem e de dar maior ênfase às ferramentas que permitem aos alunos focar o conhecimento. Desse modo, o termo gamificação surgiu como

um novo recurso apenas em 2008. Neste artigo, é apresentada a definição de gamificação, segundo seu criador, o designer Sebastián Deterding, suas vantagens na educação, como utilizá-la, aspectos a serem considerado pelo usuário, para concluir com os desafios que o designer atualmente tem para ser uma nova estratégia dentro do ensino-aprendizagem.

Palavras chave: Gamificação - estratégias de ensino - aprendizagem - aprendizagem centrada no aluno - Ensino superior – didática

(*) **Josefina Leonor Matas Musso:** Doctora en Arquitectura (Universidad Nacional de Tucumán). Magister en Educación Superior (Universidad de Piura, Perú). Finalizando la Diplomatura Universitaria en aplicación de Recursos Tecnológicos de la Universidad Católica de Salta (Argentina).

Le Noir (Palimpsesto Othello). Proyecto Tarjeta Postal número 3

Fecha de recepción: septiembre 2021

Fecha de aceptación: noviembre 2021

Versión final: enero 2022

Edgardo F. Kirstein y Valeria Medina-Dupuy (*)

Resumen: Palimpsesto shakespeariano: Le Noir. El haitiano que concreta su femicidio. La tarjeta postal traduce la escena de la fragmentación. La jerga, el dialecto. La lengua francesa, ¿femenina tal vez? traduce el *kreole* y sus contradicciones lingüísticas. Derrida y lo destinatario. La obra: traducción de la violencia.

Palabras claves: Palimpsesto – postal – dramaturgia – dialectos – fragmentación – traducción

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 172]

La construcción dramática en la virtualidad de una tarjeta postal.

El “Proyecto Tarjeta Postal”, es una serie de obras teatrales, originales, de mi autoría y escritas a partir de “tarjetas postales circuladas”. A propósito de esta colección / recolección de postales, actividad que se remite a mi infancia, he podido reconstruir de alguna manera mi propia historia e identidad, en distintos contextos sociales, históricos y políticos, y a la vez, me ha servido como excusa para poder hablar de una sociedad contemporánea, moderna, violenta, y también llena de sueños.

Algunas de las características básicas del proyecto son: la fragmentación, el desnudo (tratado incluso como vestuario), el vestuario diseñado como escenografía ambulante, el uso de dialecto / idiolecto / jergas / cruce de idiomas, la puesta posdramática, el uso de objetos de época reales, films de investigación histórica, música compuesta en ensayos y en el vivo, personajes desdoblados, personajes externos e internos, el tratamiento del “no espacio-tiempo”, la yuxtaposición, (en varios casos escena y extra-escena en el mismo espacio).

El proyecto toma la filosofía de la obra “La Carte Postal” de Jacques Derrida. Cada pieza teatral contiene en su

esencia referencia / intertextualidad / irrupción filosófica / en íntima relación con los pensamientos filosóficos de este gran autor y las mismas conforman la base estructural del proyecto.

Sin embargo, también consideré la intromisión feliz de otras referencias literarias, filosóficas, psicológicas. He tenido la suerte de contar con el aporte de profesionales de diversas áreas. Me resulta muy grato poder presentar en esta oportunidad al Psicoanalista Gustavo De Philipis, quien con su experiencia y su particular mirada sobre temas como el femicidio, -tema central de la obra a montar y desmontar- nos aportó mucho durante la corrección del texto, que vuelve a ser modificado, tachado, durante los ensayos con los actores, y lo que ellos también aportan, crean, textualizan. Prefiero en general, usar la palabra tachar cuando hablo de mi proceso de escritura ya que es una palabra que se ajusta a mi forma de pensar la creación de todo trabajo de escritura.

Este grupo o suerte de compañía teatral que llamamos “Los Manteros”, y que está bajo mi dirección artística y conceptual, está integrado por Darío Hernán López (actor y psicólogo), Romeo Saint Phard (actor), Agustín Belloli (actor) Edgardo Kirstein (en la traducción de