



Julio 2019 - ISSN: 1989-4155

ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS, PSICOLOGÍA Y MARKETING: EL KAHOOT COMO HERRAMIENTA DOCENTE

María Cantero-García¹

Centro Universitario Cardenal Cisneros Universidad Alcalá de Henares

maria.canterogar@gmail.com

Daniel Dorta-Afonso²

Dirección de Empresas e Historia Económica, Universidad de La Laguna

ddortaaf@ull.edu.es

Jaime Olivares

Alumno TFG. Universidad Isabel I

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

María Cantero-García, Daniel Dorta-Afonso y Jaime Olivares (2019): "Organización de empresas, psicología y marketing: el Kahoot como herramienta docente", Revista Atlante: Cuadernos de Educación y Desarrollo (julio 2019). En línea:

<https://www.eumed.net/rev/atlante/2019/07/kahoot-herramienta-docente.html>

RESUMEN

En este artículo se trata la gamificación como estrategia de docencia. Concretamente, se propone el uso del kahoot para realizar dos tipos de actividades en el aula: fomentar debates e interacción y realizar actividades de evaluación. Para ser específicos, se presentan las opiniones y sugerencias del alumnado de los grados universitarios de turismo y psicología tras haber sido partícipes en experiencias con kahoot en el aula de las asignaturas de dirección de empresas turísticas, promoción de destinos y productos turísticos y contextos educativos. Los resultados sugieren que el kahoot es una manera de mantener al alumnado motivado en el aula no obstante, también se señalan algunos inconvenientes para ser tenidos en cuenta.

Palabras Clave: gamificación - kahoot - docencia en turismo - docencia en psicología - aprendizaje activo.

ABSTRACT

This paper is about gamification as a teaching strategy. Concretely, we propose kahoot to carry out two kinds of activities in the class: to encourage interaction and to evaluate content.

¹Doctora en Psicología por la Universidad Autónoma de Madrid. Experta en Docencia Universitaria por la Universidad Autónoma de Madrid. Profesora titular en el Centro Universitario Cardenal Cisneros. Profesora colaboradora en la Universidad Internacional Isabel I.

² Doctor en Psicología de las Organizaciones por la Universidad Autónoma de Madrid. Graduado y Máster en Turismo. Investigador en Turismo en la Universidad de La Laguna y Docente de Dirección de Empresas y Promoción de Destinos y Productos Turísticos en la Escuela Universitaria de Turismo de Tenerife.

³ Alumno Magisterio Educación Primaria en Universidad Internacional Isabel I. Burgos

To be specific, we present opinions and suggestions of students from the bachelor's degree in psychology and tourism after taking part in experiences with kahoot in the course of tourism business management, tourism products and destinations promotion, and educational contexts. Results suggests that kahoot is a way to keep students motivated and engaged, however, there are some inconveniences pointed out for interventions.

Keywords: gamifications - kahoot - teaching in tourism - teaching in psychology - active learning.

1. INTRODUCCIÓN

Las pautas genéricas establecidas en el Espacio de Educación Superior (EES) sugieren una inversión en los roles del docente y el alumnado en el aula. Tradicionalmente, el equipo docente de una asignatura ha sido visto como mero transmisor de información al alumnado. No obstante, el paradigma actual de enseñanza y aprendizaje demanda el emplazamiento del alumnado en un punto central de su propia experiencia de aprendizaje. Así, los profesores y profesoras pasan a adoptar el rol de facilitadores o guías de este proceso de aprendizaje y es el propio estudiante quien acaba siendo el protagonista del proceso de enseñanza-aprendizaje.

Los cambios en la concepción de la enseñanza universitaria llevan a docentes a implementar el conocimiento a través de metodologías activas, en estas metodologías activas el aprendizaje cooperativo, aprendizaje basado en problemas o aprendizaje por proyectos cobran sentido. Sin embargo, otros autores consideran que es a través del juego como el ser humano llega a desarrollarse y a conseguir el pleno desarrollo (Menesses-Montero & Monge-Alvarado, 2001). A medida que crecemos el juego deja de estar presente en nuestra vida, sin embargo, psicólogos del desarrollo importantes como Bruner (1984) señalan la idea de que el juego es clave en el aprendizaje y debe de estar presente a lo largo del ciclo vital. Esta idea da sentido al concepto de gamificación. Concepto que se va a trabajar y a desarrollar en las siguientes líneas.

2. PLANTEAMIENTO TEÓRICO

La gamificación puede ser entendida como “la aplicación de recursos de juegos (diseños, dinámicas, elementos, etc.), en contextos no lúdicos para modificar comportamientos de los individuos mediante acciones sobre su motivación” (Teixes, 2014 pp. 86). En el contexto de la educación, y, de manera más concreta en el contexto de la enseñanza universitaria, la gamificación podrá ser entendida, como la aplicación de herramientas lúdicas al contexto no lúdico de aprendizaje. Haciendo una pequeña síntesis de diferentes autores, la gamificación se puede entender como una desnaturalización de recursos, transformando su utilidad hacia otros campos diferentes al que en su origen se crearon y cambiando la finalidad de cualquier objeto, producto o aspecto social para transformarlo en un juego donde poder lograr los objetivos propuestos. (Cortizo Pérez, Carrero García, Monsalve Piqueras, Velasco Collado, Díaz del Dedo, Pérez Martín, 2011)

El término gamificación ha ido evolucionando en los últimos tiempos y desde diferentes ámbitos (ya que se utilizaba principalmente en el ámbito empresarial), y, poco a poco, se fue instaurando en el ámbito educativo mientras se difundía la idea de la importancia que tenía la experiencia lúdica para conseguir un aprendizaje significativo. En los comienzos, la gamificación consistía en extraer los valores más relevantes del juego y aplicarlos a la educación, entre esos valores se pueden destacar algunos como la concentración, la diversión y las emociones vividas en las experiencias lúdicas. A la vez que se difundía esta idea, otros autores y diseñadores de

videojuegos, definían la gamificación como "un proceso relacionado con el pensamiento del jugador y las técnicas de juego para atraer a los usuarios y resolver problemas" (Cunningham y Zichermann, 2011, p. 14).

Además, Zichermann, citado por Karl Kapp en su obra "The gamification of learning and instruction fieldbook: ideas into practice" (2012), exponía que la gamificación consistía en usar determinadas mecánicas del juego, además de su estética y el pensamiento lúdico para involucrar a la gente y así motivar la acción y poder promover un aprendizaje que ayude a resolver problemas. Kapp defendía que el fin de cualquier actividad gamificada es influir en la conducta psicológica y social del alumno-jugador ya que, utilizando los elementos del juego (como pueden ser los puntos, avatares, niveles de dificultad...), los alumnos dedican más tiempo a la actividad gamificada y su disposición hacia el aprendizaje es mayor porque, como en un juego, quieren conseguir más puntos o superar los niveles de dificultad. Aplicando la gamificación a las actividades educativas se está utilizando el juego para conseguir el aprendizaje deseado, consiguiendo que el proceso educativo sea mucho más interesante y atractivo para los alumnos, a la vez que se aumenta su motivación y predisposición al desarrollo de esas actividades, por lo que a la vez se conseguirá que el aprendizaje sea más significativo.

Con la gamificación se pretende mejorar la experiencia del estudiante con dos objetivos principales, en primer lugar, fomentar la cohesión grupal y las relaciones interpersonales, y mejorar la productividad, así como la potenciación de un aprendizaje más significativo. Para ello, una de las obligaciones del docente, es la de modificar la metodología y las actividades de manera que sean más atractivas para los estudiantes.

La gamificación lleva implícita el trabajo por competencias, la intención de que resuelvan determinados problemas trabajando en equipo y, sobre todo, siendo creativos y participando de manera activa. Pero no se trata de jugar por jugar en clase. Se trata de utilizar las ventajas y los recursos que nos aportan los juegos e introducirlos en el ámbito educativo para favorecer el aprendizaje. Hamari y Koivisto (2013), publicaron un estudio en el que diferenciaban entre gamificación y juego. Por un lado, el objetivo de la gamificación era influir en el comportamiento de las personas sin prestar atención a otros objetivos secundarios como podrían ser el disfrute personal de realizar una actividad lúdica u ociosa. Y, por otro lado, la gamificación produciría experiencias y daría lugar a la aparición de sentimientos de manejo y autonomía en los alumnos, que ayudarían a modificar ciertos patrones de comportamiento. Sin embargo, los juegos por sí mismos, sólo crean experiencias hedonistas y vivenciales sin ningún tipo de intencionalidad. Como decía Kapp (2012, p. 12), "la diferencia que existe entre la gamificación y el uso de juegos educativos en las aulas es que la primera muestra un espacio de juego más atractivo que motiva a los jugadores mientras que la segunda no".

Ese espacio de juego al que se refiere Kapp se basaba en dos conceptos fundamentales de la gamificación como son las mecánicas y las dinámicas del juego. Las mecánicas del juego son las reglas y recompensas que hacen que los juegos desafíen, diviertan y satisfagan a los alumnos provocándoles emociones que la gamificación busca generar en ellos. Esas emociones son el resultado provocado por dichas mecánicas que, desde un punto de vista práctico, son los retos, los desafíos, los premios o los puntos que se dan a los alumnos aplicando los juegos en el aula y que, de manera paulatina, van modificando las conductas que subliminalmente se quieren modificar. Sin embargo, las dinámicas del juego son los aspectos globales a los que se debe orientar la gamificación ya que está relacionado directamente con las motivaciones y deseos que se pretende generar en los alumnos. Para utilizar esas dinámicas se debe realizar una selección y utilizar distintas mecánicas de juego que modifiquen la actividad educativa. Es fundamental diseñar y desarrollar diferentes dinámicas de juego atendiendo al contexto del aula y las necesidades educativas de los alumnos que en ella trabajan. Ciertamente existen materiales curriculares en los centros que no atienden a las necesidades de los alumnos debido a que están diseñados para alumnos genéricos, pero, tal y como señalaban Lee, Ceyhan, Jordan, Cooley y Sung (2013):

“La gamificación utilizada correctamente, es una herramienta muy potente para que los estudiantes se interesen de manera activa en el proceso de aprendizaje, no sólo como receptores de conocimiento ya que, por medio de las mecánicas y dinámicas de juego, las actividades tradicionales de enseñanza y aprendizaje pueden adquirir un matiz atractivo, producto de las nuevas experiencias y hábitos. Además, es importante señalar también que es a través de actividades de este tipo, como el docente consigue aproximarse a los distintos estilos de aprendizaje de los estudiantes. De igual modo, la atención a la diversidad con este tipo de actividades parece ser más inclusiva. Por ello es fundamental atender y estudiar en profundidad las actitudes de los alumnos para saber cuáles son las que se quieren modificar y el tipo de mecánicas y dinámicas que favorecerían la consecución de ese objetivo atendiendo a las necesidades educativas que tienen”.

A día de hoy, la gamificación se está consolidando poco a poco en el ámbito educativo y está viviendo un proceso de crecimiento en el que aparece una ingente cantidad de publicaciones y artículos en revistas científicas tratando el tema. Aun así, no siempre se entiende la gamificación de la misma manera, por eso es necesaria una comprensión general de lo que aborda el término (sus formas de uso, sus recursos, sus metodologías...), para poder llegar a una comprensión más específica según a qué autor se esté atendiendo.

Lo que está claro es que la gamificación ayudará al profesorado a atraer la atención de los participantes y sacar lo mejor de cada uno. También está demostrado que la gamificación contribuye a un aprendizaje significativo, más duradero, y, por supuesto contribuye a una mayor motivación por parte del alumnado facilitando y despertando la curiosidad del estudiante a través de actividades participativas, y motivadoras que aumentan su atención y sus ganas de implicarse, por lo que esto tiene repercusión no sólo a nivel académico, sino a nivel de clima escolar, ya que la vivencia de aprendizaje en el aula ayudará a conseguir una mejor colaboración entre los estudiantes, mayor respeto y mayor cohesión grupal.

Además, la gamificación es una metodología híbrida ya que es muy fácil de combinar con otros tipos de metodologías. Por ello, se podrá abordar el trabajo a través de actividades gamificadas y a la vez utilizar actividades cooperativas en las que los participantes resuelvan los problemas trabajando en equipo y así conseguir esa cohesión grupal que se busca, pilar básico para la disminución de conflictos en el aula, para el trabajo por competencias y para la mejora del clima del aula y del centro.

Cuando hacemos referencia a la gamificación, y aunque pueda ser utilizada en otros fines, el origen de la gamificación se remonta al marketing, es decir, la gamificación como herramienta de marketing, entendiendo el marketing como el arte o la ciencia de satisfacer las necesidades de los clientes y obtener ganancias al mismo tiempo. La gamificación lleva implícitas algunas mecánicas de juego, entendiendo, Las mecánicas del juego como una serie de reglas que intentan generar juegos en los que se pueda disfrutar, esto conlleva cierta responsabilidad, adicción y compromiso por parte de los usuarios, ya que genera retos. Entre las mecánicas de juego más conocidas destacamos los puntos y el feedback, aspectos claves en la docencia universitaria.

Por un lado, los puntos afectan a muchas facetas de nuestra vida (exámenes, evaluaciones, juegos...) Los puntos son una forma simple de obtener un feedback, además los puntos suelen actuar como un recurso motivador inmediato, también, permiten la comparación con otros. El feedback, es uno de los mecanismos que más utilizamos para nuestro desarrollo personal, académico y profesional. Ofrecer feedback a nuestros estudiantes ayuda a aprender, además, distintos estudios señalan que cuando los feedback que damos a nuestros alumnos son constructivos, ayuda y acelera su crecimiento y desarrollo, les hace sentir más seguros y disfrutar más de lo que hacen, incluso sin las tareas son aburridas o cotidianas.

Tal y como recogen estudios como el de Posada-Prieto (2017) la gamificación se puede dar a través de la web o a través de distintas aplicaciones como por ejemplo, el Kahoot!, aplicación que es objeto de este estudio. Esta facilidad hace que la gamificación ya se está aplicando en algunas áreas como el marketing, los recursos humanos, o incluso en la gestión de las relaciones con clientes, por este motivo, es necesario trasladar la gamificación a la docencia universitaria, para que nuestros estudiantes de Marketing, Psicología y Organización de empresas el día de mañana sean capaces de utilizar estas herramientas en su ámbito laboral. Algunas de las evidencias de gamificación en educación se pueden encontrar en contribuciones relevantes de Smith (2011) y Lee (2011).

A continuación, vamos a señalar algunas de las ventajas que supone la incorporación de la gamificación de cara al alumnado, de cara al profesor y de cara a la institución universitaria.

En primer lugar, las ventajas de la gamificación de cara al alumno son las siguientes: premia el esfuerzo, avisa y penaliza la falta de interés, indica el momento en el que el alumno tiene más posibilidades de suspender, premia el trabajo extra, aporta una medida clara del desempeño de cada alumno, propone vías para mejorar la nota de la asignatura del alumno.

En segundo lugar, las ventajas de cara al profesor son las siguientes: supone una forma de fomentar el trabajo en el aula, facilita premiar a los que en realidad se lo merecen, permite un control automático del estado de los alumnos.

En tercer lugar, las ventajas para la institución son la incorporación de metodologías activas, el ser un sistema novedoso y efectivo, y el ofrecer una media de desempeño al alumno y a su familia.

Todas estas ventajas llevan a los autores a tener una primera toma de contacto con la gamificación en las asignaturas universitarias de Marketing, Psicología y Dirección de Empresas, a continuación, se presenta la propuesta metodológica que se va a desarrollar.

3. PROPUESTA METODOLÓGICA

El Kahoot! es una aplicación interactiva en la que existen cuestionarios ya elaborados por otros profesores para evaluar determinados contenidos a modo de concurso televisivo. También esta herramienta ofrece la posibilidad de elaborar tu propio instrumento. Pero lo más interesante de esta herramienta es que se pueden personalizar esos cuestionarios atendiendo a las necesidades de los alumnos y a los contenidos trabajados en clase, a fin de poder evaluar si los contenidos han sido interiorizados o no.

Esta herramienta permite al docente diseñar las preguntas, las respuestas, el tiempo permitido para pensarlas o la cantidad de puntos que se otorga cada vez que aciertas y, además, cuenta con un apartado en el que no solo se realizan preguntas sobre contenidos, sino que puedes crear elementos de debate o discusión a fin de fomentar el intercambio de ideas y así poder trabajar el respeto de los turnos de palabra o la aceptación de ideas diferentes a las propias.

El Kahoot! fue diseñado con un claro fin educativo: aprender divirtiéndose. Sin embargo, es más una herramienta de refuerzo, ya que el espacio para las respuestas es demasiado corto y no se puede trabajar contenidos muy densos, es decir, sirve para reafirmar contenidos específicos sobre los temas trabajados por el profesor, que será la persona que controle la partida pasando a la siguiente pregunta o pausando el turno para ampliar debatir sobre el contenido de esa pregunta.

El kahoot! puede ser utilizado como herramienta de evaluación, como herramienta para conocer los conocimientos previos de los alumnos, o como

herramienta para afianzar los conocimientos. Los usos que se le pueden dar a esta herramienta son muy numerosos.

Con el Kahoot! lo que se está fomentando es el debate en las respuestas, la participación activa, la motivación hacia el aprendizaje (Slavin, 1999), y la cooperación para la consecución de objetivos comunes (Johnson, Johnson y Holubec, 2015). Es una herramienta más a utilizar para modificar comportamientos a través del juego (Teixes, 2014), y así conseguir el objetivo planteado que es conseguir un clima social relajado a través del desarrollo de actividades y sesiones gamificadas, fomentando la participación activa del alumnado y el respeto a los demás.

Los puntos clave de nuestra propuesta se basan en dos utilidades claves que tiene el kahoot:

- Medir conocimiento del alumnado: el kahoot permite realizar cuestionarios a modo de examen y obtener una medida del rendimiento del alumnado en función de su conocimiento y del tiempo empleado para responder a las preguntas planteadas. Por ello, se ha considerado que puede ser una buena forma de realizar un examen parcial de la asignatura con el objetivo de contribuir a la calificación final de la misma.

Concretamente, en las asignaturas de dirección de empresas turísticas y de promoción de destinos y productos se utilizó el kahoot para realizar un cuestionario intermedio (primer parcial de la asignatura) además de para realizar un simulacro de examen que no contribuiría a la calificación antes del segundo parcial de la asignatura. En la asignatura de contextos educativos se ha utilizado para realizar el simulacro de examen en el primer parcial de la asignatura.

- Fomentar el debate y la interacción: el kahoot permite también realizar sondeos de opinión entre el alumnado para que se posicionen de un lado o de otro ante una pregunta planteada. En concreto, en la asignatura de contextos educativos se utilizó para iniciar dos debates relacionados con el contenido teórico de la asignatura mientras que en la asignatura de promoción de destinos y productos turísticos se utilizó únicamente en una ocasión. Un ejemplo era: “¿Crees que se puede utilizar el cuerpo de las personas como elemento para captar la atención en la publicidad de las empresas?”

4. RESULTADOS PRELIMINARES

La utilización de kahoot se llevó a cabo en tres asignaturas pertenecientes a los grados de psicología (contextos educativos) y turismo (dirección de empresas turísticas y promoción de destinos y productos turísticos).

En particular, se preguntó al alumnado al finalizar el curso académico, su opinión después de haber utilizado el kahoot para diferentes actividades en el aula. Las preguntas eran abiertas y el alumnado podría expresar libremente tanto aspectos positivos como negativos de la actividad.

Con respecto a los aspectos positivos, prácticamente la totalidad del alumnado (89,9%) manifestó que era una actividad amena y que ayudaba a mantener la motivación en clase “el día que había kahoot lo pasábamos bien” “es una manera de fomentar el debate” “me motiva a leerme los apuntes por si cae kahoot no quedar la última”.

Algunas personas (26,7%) manifestaron que era una manera de conocer una herramienta nueva que ellos mismos podrían utilizar en su vida profesional futura. “Creo que cuando sea profesora lo voy a incluir en mis clases”, “me parece buena idea utilizar el kahoot en presentaciones como hacía el profesor”, “para mi TFG creo que voy a incluir preguntas con kahoot para hacerlo más ameno y divertido”.

No obstante lo anterior, el alumnado mostró algunos aspectos negativos que podrían ser interesantes para que los docentes lo tengan en cuenta. Concretamente,

no pareció la mejor manera de llevar a cabo la evaluación parcial de la asignatura (17,8%) “no daba tiempo a pensar las respuestas cuando hicimos el primer parcial” “la opción amarilla a veces no se podía leer muy bien y perjudicaba la calificación” “no me gusta que los demás vean la nota que voy obteniendo en las preguntas”.

5. CONCLUSIÓN

La literatura sobre enseñanza y aprendizaje hace una llamada de atención a la adaptación de las metodologías docentes con el fin de aumentar tanto la motivación como los resultados de aprendizaje del alumnado universitario. En este sentido, parece que las herramientas propuestas dentro de lo que se entiende por gamificación podrían ser una manera efectiva de incentivar y motivar al alumnado en vistas a mejorar y enriquecer el proceso de aprendizaje.

Los resultados preliminares de las experiencias presentadas con las distintas herramientas indican claramente que la gamificación es una manera divertida de asimilar conocimiento y de mantener al alumnado comprometido durante la duración de una asignatura determinada.

Aunque aquí se han expuesto casos dentro del ámbito de la organización de empresas, la psicología y el marketing, debido a la cercanía con el ámbito de conocimiento y docencia de los autores, se anima al resto de docentes de otras materias a pensar diversos modos de utilizar estas herramientas en sus respectivas asignaturas con el fin de obtener los resultados positivos que se reflejan en el presente manuscrito.

Concretamente, parece que el kahoot es una herramienta muy apropiada para fomentar el debate y la interacción en clase y mantener la motivación del alumnado en el aula. Además, los resultados muestran claramente que es una forma de mantener al alumnado involucrado con la asignatura de forma diaria para que sean capaces de responder al kahoot. No obstante, sí que había cierta reticencia a utilizar el kahoot como herramienta de evaluación oficial, ya que en la mayoría de los casos se manifestó que se prefería tener más tiempo para pensar de una forma más individual.

6. REFERENCIAS

- Bruner, J. (1984). Juego, pensamiento y lenguaje. *JS Bruner (Comp. de JL Linaza)*. Acción, pensamiento y lenguaje. Madrid: Alianza.
- Cortizo Pérez, J. C., Carrero García, F. M., Monsalve Piqueras, B., Velasco Collado, A., Díaz del Dedo, L. I., & Pérez Martín, J. (2011). Gamificación y Docencia: Lo que la Universidad tiene que aprender de los Videojuegos. *VIII Jornadas Internacionales de Innovación Universitaria*. 1-8.
- Johnson, D. W. Johnson, R. T. y Holubec, E. J. (1999). El aprendizaje cooperativo en el aula. Buenos Aires: Paidós.
- Hamari, J. y Koivisto, J. (2013). *Social motivations to use gamification: an empirical study of gamifying exercise*. In Proceedings of the 21st European Conference on Information Systems. Utrecht, Holanda. del 5 al 8 de junio
- Kapp, K. (2012). *The gamification of learning and instruction. Game-based methods and strategies for training and education*. San Francisco: John Wiley & Sons.
- Lee, J. J. & Hammer, J. (2011). Gamification in Education: What, How, Why Bother? *Academic Exchange Quarterly*, 15(2).
- Meneses, M., & Monge, M. D. (2001). El juego en los niños: enfoque teórico. *Revista educación*, 25(2), 113-124.
- Posada Prieto, F. (2017). Gamifica tu aula: experiencia de gamificación TIC para el aula. *V Congreso Internacional de Videojuegos y Educación (CIVE'17)*
- Slavin, R. (1999). Aprendizaje cooperativo. Teoría, investigación y práctica. Buenos Aires: Aique.
- Smith, S., (2011): “This Game Sucks”: How to Improve the Gamification of Education. En *EDUCAUSE Review*, Vol. 467, N. 1, 58-59.

Teixes, F. (2015). *Gamificación: fundamentos y aplicaciones*(Vol. 7). Editorial UOC.