

## LA GAMIFICACIÓN COMO ESTRATEGIA DIDÁCTICA EN LA MATERIA DE INTRODUCCIÓN AL ESTUDIO DEL DERECHO EN LA UNIVERSIDAD PANAMERICANA

Magdalena HAMBLETON MERCADO\*

SUMARIO: I. *Introducción*. II. *Pensamiento creativo*. III. *Gamificación*.  
IV. *Experiencia didáctica de uso de la gamificación*. V. *Conclusiones*. VI.  
*Bibliografía*.

### I. INTRODUCCIÓN

Mucho se ha discutido acerca de la necesidad que existe en el campo de la educación jurídica en impulsar y motivar a los docentes para que pierdan el miedo a cambiar la forma en la que imparten sus clases. Es bien sabido que la mayoría de los profesionales de la educación no recomiendan en absoluto que los profesores sigan tomando como punto exclusivo de referencia para el proceso de enseñanza-aprendizaje un modelo educativo caracterizado por una actitud dogmática y meramente descriptiva,<sup>1</sup> motivo por el cual las nuevas tendencias pedagógicas animan a los docentes para que conozcan y practiquen nuevas metodologías educativas con la finalidad de que puedan llevar a cabo estrategias didácticas que les permitan innovar y enseñar de forma creativa, pues en última instancia lo que en verdad es deseable por las personas con vocación docente, es el aprendizaje significativo de los alumnos y futuros profesionistas.

La mayoría de las personas —y los profesores no son la excepción— asocian la creatividad con las artes, por ejemplo, con la posibilidad de escribir una novela, elaborar una escultura, pintar un cuadro o componer letras de canciones y sus melodías. Estas son, sin duda, actividades creativas; sin

---

\* Profesora de tiempo completo en la Universidad Panamericana.

<sup>1</sup> Carrillo Mayorga, José, “Propuestas pedagógicas para una adecuada enseñanza de la investigación jurídica”, en *Primer Congreso Internacional sobre investigación en pedagogía y didáctica del Derecho*, México, UNAM, Instituto de Investigaciones Jurídicas, 2015, p. 3.

embargo, no son las únicas. De hecho, varias asignaturas escolares y diversos trabajos, a pesar de no estar relacionados con las artes, requieren de la habilidad de pensar creativamente.<sup>2</sup> Podemos ser creativos en distintas materias y en el ámbito de la enseñanza del derecho también, puesto que la creatividad es, simplemente, el proceso de tener ideas novedosas y originales que nos permitan hacer las cosas de manera diferente, y concretamente para el caso de la enseñanza del derecho nos atrevemos a pensar que implicaría atreverse a “salir de la caja de las clases magisteriales” preparando lecciones diferentes a las acostumbradas, elaborando nuevos materiales didácticos y nuevos formatos de exámenes, que evidentemente tendrían que ser también evaluados de manera distinta a la tradicional.

En un enfoque de educación por competencias,<sup>3</sup> tema tratado con cierta recurrencia en diversos escenarios de educación jurídica, ha parecido relevante recordar que lo que se pretende en el ámbito educativo —y el jurídico no es la excepción— es lograr que los docentes al impartir las diversas asignaturas pasen del énfasis en la transmisión de la información al aseguramiento de saberes esenciales no solo en lo cognoscitivo, sino también en el ser y el hacer.<sup>4</sup>

Es por ello, que sostenemos que dentro del marco de una educación jurídica por competencias,<sup>5</sup> que resalta la importancia —entre otras cosas como ya se mencionó en anteriores líneas— de aprender “haciendo”, los docentes sin lugar a dudas pueden lograr un cambio tanto en la dinámica de sus clases como en la disposición de los educandos hacia la misma, promoviendo el pensamiento creativo a través de diversas estrategias didácticas como en el caso del presente trabajo, mediante la utilización del juego, sin que ello implique una merma ni en la calidad de los contenidos de los diversos programas, ni en los resultados de aprendizaje, logrando mantener la motivación de los alumnos en clase, ajustándose con ello a la manera en la que aprenden las nuevas generaciones.<sup>6</sup>

---

<sup>2</sup> Sterlinig Honig, Alice. “How to Promote Creative Thinking”, *Early Childhood Today*, vol. 15, núm. 5, EUA, 2001, p. 36, disponible en: [https://www.researchgate.net/publication/281408290\\_How\\_to\\_promote\\_creative\\_thinking](https://www.researchgate.net/publication/281408290_How_to_promote_creative_thinking).

<sup>3</sup> Tobón, Sergio, *El Enfoque de las Competencias en el Marco de la Educación Superior*, Módulo Uno, CIFE, Madrid, 2006, p. 1.

<sup>4</sup> Olano García, Hernán, “La enseñanza por competencias jurídicas”, *Revista Oficial del Poder Judicial* 1/1, Colombia, 2007, p. 386.

<sup>5</sup> Informe final, Proyecto Tuning América Latina, 2004-2007, p. 109, disponible en: [http://tuning.unideusto.org/tuningal/index.php?option=com\\_docman&Itemid=191&task=view\\_category&catid=22&order=dmdate\\_published&ascdesc=DESC](http://tuning.unideusto.org/tuningal/index.php?option=com_docman&Itemid=191&task=view_category&catid=22&order=dmdate_published&ascdesc=DESC).

<sup>6</sup> Prensky, Marc, *Nativos e inmigrantes digitales*, España, Distribuidora SEK, S. A., p. 5, disponible en: [http://www.marcprensky.com/writing/PrenskyNATIVOS%20E%20INMIGRANTES%20DIGITALES%20\(SEK\).pdf](http://www.marcprensky.com/writing/PrenskyNATIVOS%20E%20INMIGRANTES%20DIGITALES%20(SEK).pdf).

## II. PENSAMIENTO CREATIVO

El pensamiento creativo puede definirse como la capacidad de pensar de manera disruptiva, saliendo de lo establecido para llegar a soluciones originales que permiten innovar y afrontar los retos de manera distinta a la habitual.<sup>7</sup> El pensamiento creativo supone tomar caminos alternativos a nivel cognitivo, usando el pensamiento lateral o divergente (pensar fuera de la caja) y abandonando las ideas preconcebidas.<sup>8</sup>

En la universidad muchos profesores —sobre todo los que aún se resisten al cambio hacia nuevas metodologías educativas— consideran que no existe una necesidad real para modificar la manera de impartir sus clases, pues se pretende que de manera memorística el alumno aprenda la respuesta correcta<sup>9</sup> —que generalmente suele ser una sola, misma que se ve penalizada cuando llega a ser distinta de la que el profesor espera— situando a la creatividad como un elemento que no resulta significativo en el proceso de enseñanza-aprendizaje del derecho.

Si bien es cierto que existen ocasiones en las que la solución a un problema jurídico estará dado de manera clara y contundente por una norma jurídica que debe ser aplicada en su totalidad para no comprometer ni vulnerar principios constitucionales, como por ejemplo el principio de legalidad; tan bien es cierto que la incompletitud y la falta de coherencia de los sistemas jurídicos expresados en lagunas y antinomias,<sup>10</sup> así como la posibilidad que no sólo se contempla, sino que además se permite en ciertas materias para el uso de la analogía y de los mecanismos alternativos de solución de controversias, abren el paso y la exigencia para que los futuros operadores jurídicos busquen novedosas soluciones frente a los problemas jurídicos a los que se enfrentarán y para los que el pensamiento creativo será una de las herramientas fundamentales del éxito laboral y personal.<sup>11</sup>

<sup>7</sup> Sterling Honig, Alice, *op. cit.*, p. 34.

<sup>8</sup> De Bono, Edward, *El pensamiento creativo. El poder del pensamiento lateral para la creación de nuevas ideas*, México, Paidós, 1994, p. 18, disponible en: [https://kupdf.net/download/el-pensamiento-creativo-edward-de-bonopdf\\_5a012b16e2b6f5184ed7d6eb\\_pdf](https://kupdf.net/download/el-pensamiento-creativo-edward-de-bonopdf_5a012b16e2b6f5184ed7d6eb_pdf).

<sup>9</sup> Martínez, O’Farril, Luisa M., “Pensamiento lateral y creatividad en la formación del ingeniero”, *Revista Pedagogía Universitaria*, vol. 3, núm. 2, La Habana, Editorial Universitaria, 2009, p. 5.

<sup>10</sup> Álvarez Ledesma, Mario I., *Introducción al Derecho*, México, McGraw-Hill, 2a. ed., 2015, p. 302.

<sup>11</sup> Almansa Martínez, Pilar, “Qué es el pensamiento creativo”, *Index de Enfermería*, vol. 21, núm. 3, Granada, 2012, p. 165, disponible en: [http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1132-12962012000200012&lng=es&nrm=iso](http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1132-12962012000200012&lng=es&nrm=iso).

Por ello, consideramos que resulta de suma importancia el desarrollo de la creatividad en nuestros alumnos como filosofía de vida.<sup>12</sup> Dicho de otro modo, la responsabilidad en la formación del capital humano que ocupará puestos de trabajo en un futuro más o menos próximo, recae en los profesores universitarios, de ahí que siguiendo el pensamiento de María Branda, nos atrevamos a afirmar que el desarrollo de competencias en materia de creatividad debe ocupar un lugar relevante dentro de las escuelas de derecho, ya que se le liga al trabajo productivo, a la labor transformadora, a la invención, al descubrimiento, y por consiguiente al pensamiento y a su acción constructiva: el conocimiento.<sup>13</sup>

Una vez que hemos expuesto las razones por las cuales consideramos que se debe fomentar en los alumnos un pensamiento creativo, nos parece pertinente exponer los rasgos que se incluyen dentro del mismo con la finalidad de que los docentes puedan identificarlos y tomarlos en cuenta tanto al momento de la planeación de sus respectivas materias —como competencia deseable a desarrollar— así como para la selección de las estrategias didácticas que considerarían necesarias para posibilitar dicho desarrollo:<sup>14</sup>

1. *Originalidad*. Se caracteriza porque es aquél del que no se tienen precedentes claros.
2. *Productividad*. Al ser aplicado a situaciones problemáticas, generalmente obtiene resultados exitosos.
3. *Imaginación*. Visiona un mundo posible y sus detalles o el camino que se puede recorrer para llegar allí.
4. *Independencia*. Hace referencia a “pensar por uno mismo”, es decir, no como “usualmente piensa la mayoría de la gente”, pretende el planteamiento de cuestiones que requieran un profundo estudio y reflexión.
5. *Experimentación*. Se guía más por hipótesis que por reglas, mismas que no necesitan estar totalmente formuladas; es decir, pueden estar inacabadas, lo que implicará una experimentación y comprobación continuas.
6. *Holismo*. El producto final es siempre un tejido entre las partes y la totalidad, y entre los medios y el fin.

---

<sup>12</sup> Yentzen, Eduardo, “Teoría General de la Creatividad”, *Polis, Revista de la Universidad Bolivariana*, vol. 2, núm. 6, Chile, 2003, p. 4, disponible en: <https://ebookcentral.proquest.com>.

<sup>13</sup> Branda, María, *Creatividad y comunicación: reflexiones pedagógicas*, Buenos Aires, Nobuk, 2005, p. 29.

<sup>14</sup> Lipman, Matthew, *El lugar del pensamiento en la educación*, Madrid, Ediciones Octaedro, 2016, pp. 44-46.

7. *Expresión*. Siempre será tanto expresión de la persona que piensa como de lo pensado, ya que extrae la expresión de la experiencia percibida.
8. *Autotranscendencia*. Se muestra en el esfuerzo de ir más allá del nivel en el que se encontraba.
9. *Sorpresa*. Se hace evidente en las consecuencias del pensamiento creativo, es decir, aunque el pensamiento teórico busca comprensión, aquél lo desafía generando perplejidad y sorpresa.
10. *Generatividad*. No sólo estimula la satisfacción, el placer, la alegría y el disfrute de los demás, sino que también estimula su creatividad.
11. *Mayéutica*. Se pretende que el pensamiento y la acción colaboren de manera conjunta para extraer lo mejor del mundo.
12. *Inventiva*. Contempla muchos problemas y varias soluciones prometedoras, aunque los experimentos al principio no sean exitosos.

Los rasgos antes citados se potencializan cuando además se trabaja para desarrollar en los alumnos cuatro actitudes que son necesarias para el óptimo desarrollo de la creatividad:<sup>15</sup>

- a) La habilidad para identificar nuevos problemas, en vez de depender de los demás para que los definan.
- b) La habilidad para transferir conocimiento adquirido de un contexto a otro para resolver un problema.
- c) La creencia de que el aprendizaje es un proceso que va en incremento, en el que varios intentos es la condición para que eventualmente se tenga éxito.
- d) La capacidad para centrar la propia atención en la persecución de un objetivo o meta.

Cuando se habla de creatividad, definitivamente uno de los caminos para fomentarla es el juego. El juego es la raíz de la creatividad porque permite el uso de la imaginación y de la fantasía que son la materia prima mediante la cual una persona creativa canaliza y organiza su saber y su técnica.<sup>16</sup>

A través del juego el educando aprende a valorar el trabajo de equipo, estimula el pensamiento estratégico, ejercita la toma de decisiones y por ende las consecuencias que éstas producen; observa los obstáculos que se le

---

<sup>15</sup> Loveless, Avril, Williamson, Ben, *Nuevas identidades de aprendizaje en la era digital*, Madrid, Ministerio de educación de España, 2017, p. 111, disponible en: <https://ebookcentral.proquest.com>.

<sup>16</sup> Winnicki, Gabriela, *Creatividad: habitar lo singular*, Buenos Aires, Editorial Brujas, 2015, p. 15.

presentan y ensaya formas de esquivarlos, pondera diversos efectos, piensa tácticas que pongan a prueba sus destrezas.

De alguna manera podríamos afirmar que cuando un adulto trabaja mediante actividades lúdicas, se da permiso de soñar para solucionar y para ganar, es decir, procura recuperar la capacidad de juego de su niñez, como diría Winnicki: “La musa más potente de todas es nuestro niño interno”.<sup>17</sup> El juego permite practicar conductas de adaptación y aceptación de reglas así como de rebeldía y de creación de nuevas ante lo que se cree injusto.<sup>18</sup>

Dentro de un ambiente lúdico el estudiante puede permitirse cualquier situación posible que es imposible en la vida real, dándole otros sentidos, le posibilita observar la realidad desde otro lugar —utilizando el pensamiento lateral del cual se habló en las primeras líneas del presente apartado— cambiando su significado, haciendo el intento de su modificación en la búsqueda de soluciones creativas y viables.<sup>19</sup>

### III. GAMIFICACIÓN

El juego y ya en concreto para nosotros, la gamificación aparte de ser una herramienta para el desarrollo del pensamiento creativo es también una herramienta para la motivación de nuestros estudiantes —tan necesaria hoy en día— frente a una actitud de apatía que suele ser predominante en ellos.

La gamificación se entiende como la aplicación de recursos de los juegos (diseño, dinámicas, elementos, etcétera) en contextos no lúdicos<sup>20</sup> para modificar comportamientos de los individuos mediante acciones sobre su motivación.<sup>21</sup>

---

<sup>17</sup> *Ibidem*, p. 18.

<sup>18</sup> *Ibidem*, p. 19.

<sup>19</sup> Cortés González, Pablo *et al.*, “Narrativa y creatividad en la Universidad: ¿Es posible transitar otros caminos en la enseñanza y el aprendizaje?”, en Cortés González, Pablo, Márquez García, María Jesús, (edit.). *Creatividad, comunicación y educación. Más allá de las fronteras del saber establecido*, España, Servicio de Publicaciones y Divulgación de la Universidad de Málaga, núm. 21, 2016, p. 147.

<sup>20</sup> Deterding, Sebastian *et al.*, From game design elements to gamefulness: Defining Gamification, en *Proceedings of the 15th International Academic MindTrek Conference: Envisioning Future Media Environments*, ACM, 2011, p. 10, disponible en: [https://www.researchgate.net/publication/230854710\\_From\\_Game\\_Design\\_Elements\\_to\\_Gamefulness\\_Defining\\_Gamification](https://www.researchgate.net/publication/230854710_From_Game_Design_Elements_to_Gamefulness_Defining_Gamification).

<sup>21</sup> Teixes, Ferran, *Gamificación: fundamentos y aplicaciones*, Barcelona, Editorial UOC, 2014, p. 23.

También puede ser entendida como la utilización de mecánicas basadas en juegos, estética y pensamiento lúdicos para fidelizar a las personas, motivar acciones, promover el aprendizaje y resolver problemas.<sup>22</sup>

El cambio de comportamiento que se busca se obtiene apuntando a la motivación de los usuarios/jugadores, que deseablemente es de naturaleza intrínseca, si lo que se pretende conquistar son objetivos que sean consistentes y que se mantengan en el tiempo.<sup>23</sup>

El juego debe considerarse como un ejercicio recreativo sometido a reglas, mediante el cual se gana o se pierde. Todos los juegos comparten cuatro características:<sup>24</sup>

- **Objetivo.** Entendido como el resultado que los jugadores desean conseguir. El objetivo centra la atención del jugador, lo dirige a lo largo del juego y su consecución determina el éxito o fracaso del mismo.
- **Normas.** Determinan las limitaciones con que cuentan los jugadores con la finalidad de lograr el objetivo. El planteamiento de las normas tiene como meta desarrollar las capacidades creativas y de pensamiento estratégico de los jugadores.
- **Feedback.** Informa a los jugadores qué tan cerca o lejos están de lograr el objetivo. Se presenta de distintas maneras, por ejemplo, puntos, clasificaciones, etc.
- **Participación voluntaria.** Implica que los jugadores en todo momento aceptan el objetivo, las normas y el sistema de feedback establecidos. Así mismo, garantiza que la experiencia sea agradable y deseada por el jugador.

Es importante hacer la distinción entre los conceptos de *game* y de *play*, ya que es frecuente que se susciten confusiones. El término *play*,<sup>25</sup> se asocia con el “juego libre” de los niños que exclusivamente implica una actividad lúdica sin objetivos; es decir, en un ambiente de total libertad; y de acuerdo las características que se han expuesto del juego en los párrafos que ante-

---

<sup>22</sup> Hunter, Dan, Werbach, Kevin, *For the win: How game thinking can revolutionize your business*, EUA, Wharton digital Press, 2012, p. 6.

<sup>23</sup> *Ibidem*, p. 24.

<sup>24</sup> *Ibidem*, pp. 26 y 27.

<sup>25</sup> Nicholson, Scott, “A recipe for meaningful gamification”, en Reiners, T., Wood, L. (coord.), *Gamification in Education and Business*, Springer International Publishing, Switzerland, 2015, p. 6, disponible en: [https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-319-10208-5\\_1#citeas](https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-319-10208-5_1#citeas).

ceden, nosotros asociamos nuestra intención al término *game* que hace referencia a la definición de gamificación planteada en el presente capítulo.

La gamificación es una estrategia didáctica muy útil para motivar o “enganchar” a los estudiantes de las nuevas generaciones, que como ya se dijo suelen ser apáticos frente a las formas tradicionales de enseñanza.<sup>26</sup>

Para que los contenidos o temas que se pretenden abordar en una asignatura, sean aprendidos por los alumnos de manera significativa a través de la estrategia de la gamificación, el docente debe tener una actitud de apertura<sup>27</sup> para posibilitar que los educandos exploren de manera libre y se equivoquen al momento de diseñar su propio juego, para permitir la creación de historias de su propio entorno, para concederles la elección del desarrollo de sistemas que pongan el poder en las manos de los participantes del mismo juego, facilitando con ello que los creadores del juego aprendan y descubran al mismo tiempo junto con aquellos que lo utilicen.<sup>28</sup>

Dentro del amplio conjunto de opciones que la gamificación explora, nosotros proponemos cinco elementos primarios para que a través de diferentes combinaciones, se pueda crear una amplia gama de experiencias para diferentes tipos de usuarios:<sup>29</sup>

1. Puntos. Que se asignan de acuerdo con el desempeño de los diferentes participantes del juego; lo que favorece unas pautas de actuación conductista a largo plazo sobre lo que el jugador asume que es su aprendizaje, mientras se evidencia también por medio de “recompensas” el desarrollo de ciertas habilidades logradas dentro del transcurso del mismo juego. También pueden llegar a ser cedidos a otros jugadores, promoviendo con ello una conducta de colaboración dentro del sistema que identifica a aquellos usuarios más beneficiosos para la comunidad.
2. Niveles y progresión de dificultad. Los primeros niveles de cualquier juego cumplen la función de tutorial, es decir, enseña las mecánicas básicas, para proceder en niveles superiores a retos de mayor complejidad.
3. Tabla de puntuaciones. Su finalidad es evidenciar la comparación del avance del desempeño entre jugadores; lo que a su vez estimula

---

<sup>26</sup> Bernabeu, Natalia, and Andy Goldstein. *Creatividad y aprendizaje: el juego como herramienta pedagógica*, Madrid, Narcea Ediciones, 2010, p. 21.

<sup>27</sup> *Ibidem*, p. 23.

<sup>28</sup> Nicholson, Scott, *op. cit.*, p. 5.

<sup>29</sup> Aranda Juárez, Daniel *et al.*, *Game & Play: diseño y análisis del juego, el jugador y el sistema lúdico*, Barcelona, Editorial UOC, 2015, pp. 316-320, <https://ebookcentral.proquest.com>.



actitudes creativas para el mantenimiento —o la recuperación— de un buen desempeño.

4. Insignias. Señal exterior para estimular a los usuarios en la búsqueda de retos concretos y, en ocasiones sorprenderlos con retos ocultos.
5. Desafíos. También conocidos como “misiones”, que le ofrecen al jugador la dirección hacia la cual debe encaminar sus esfuerzos; y que cuando se juegan de manera colectiva, promueven también el trabajo colaborativo.

#### IV. EXPERIENCIA DIDÁCTICA DE USO DE LA GAMIFICACIÓN

La estrategia didáctica de la gamificación se utilizó en la materia de Introducción al Estudio del Derecho en la Universidad Panamericana con alumnos de primer semestre de la licenciatura, concretamente con los temas: Ser y Deber Ser, Normas de Conducta, Clasificación del Derecho Objetivo y Fuentes del Derecho en México, con la finalidad de elaborar como proyecto (de evaluación continua) para el primer examen parcial, un juego que incluyera respecto de los temas antes citados preguntas tanto conceptuales como de aplicación y relación de conocimientos, de solución de problemas y de retos.

Para ello, el proyecto se tuvo que dividir en 6 etapas, mismas que explicaremos a continuación:

- Etapa #1

Desde el primer día de clase —al inicio del semestre— se les informó a los alumnos que para el examen del primer periodo iban a elaborar un juego que les permitiese —a manera de competencia por equipos— poner a prueba sus conocimientos, por lo que con base en una lluvia de ideas, entre todos decidieron construir un “Monopolio Jurídico”. Se les explico que era necesario que por cada tema, previo a clase, llevaran a cabo las lecturas sugeridas por el docente, con la finalidad de resolver las dudas que surgieran con motivo de dicha lectura; para poder proceder a la aplicación de los temas vistos a casos y ejemplos concretos.

Se dividió al grupo en 8 equipos de 5 integrantes cada uno.

- Etapa #2

Para la elaboración física del juego los equipos se dividieron de la siguiente manera:

- Equipo 1. Tablero
- Equipo 2. Caja e instrucciones

- Equipo 3. Las fichas, dados, propiedades y sus títulos
- Equipo 4. Dinero
- Equipo 5. Dinero
- Equipo 6. Tarjetas de retos y preguntas
- Equipo 7. Tarjetas de retos y preguntas
- Equipo 8. Tarjetas de retos y preguntas

- Etapa #3

Por cada tema cada uno de los equipos tuvo que elaborar 5 retos para llevar a cabo, 10 preguntas conceptuales, 10 de relación y aplicación de conceptos a noticias actuales, tuits, memes, jurisprudencias, tratados internacionales y artículos concretos de algunos códigos entre otros; y para efecto de lo anterior, se les entregó una rúbrica con los puntos a evaluar sobre las mismas.

- Etapa #4

Una vez que el docente tuvo la entrega del total de las preguntas por cada equipo, evaluó la redacción, ortografía y pertinencia de éstas para que una vez aprobadas se les distribuyeran a los equipos responsables de la impresión de las respectivas tarjetas.

- Etapa # 5

Hechas las impresiones del dinero, tarjetas, instrucciones y la elaboración de la caja, tablero y propiedades con sus títulos; se integró todo el juego y se fijó la fecha para llevar a cabo la actividad lúdica, misma que tuvo una duración de dos horas, de las cuales surgieron 4 equipos ganadores en primer lugar con empate, dos equipos ganadores del segundo lugar, un equipo que se colocó en tercer lugar, y un último equipo que ocupó la cuarta posición en el juego.

- Etapa #6

La clase siguiente a la actividad lúdica, se le pidió a los alumnos que dieran su retroalimentación respecto del juego, quienes comentaron que la actividad la habían disfrutado mucho, que se sintieron motivados durante todo el proyecto para llevar a cabo las lecturas previas, que las clases les resultaron menos tediosas, y que la exposición de sus dudas se llevó a cabo con una óptica diferente, concentrada y enfocada para que su solución les permitiera la elaboración de buenas preguntas que les permitieran obtener un mejor desempeño en el juego, en su aprendizaje y en la respectiva calificación.

## V. CONCLUSIONES

Como docentes es importante reflexionar con humildad intelectual sobre la manera en la que impartimos las asignaturas a nuestro cargo. A través de dicha introspección, tendríamos que ponderar si nuestras formas docentes se adaptan a las necesidades educativas de las nuevas generaciones, aceptando que el cambio en la forma de enseñar es inevitable, que si buscamos motivar a los nuevos alumnos para que tomen el papel central del proceso de enseñanza-aprendizaje, hay que perder el miedo a la exploración no sólo de nuevas metodologías educativas, sino también hay que perder el miedo a la investigación, al conocimiento y la capacitación para el uso de nuevos materiales didácticos y sus estrategias de aplicación.

Se vuelve indispensable tomar en cuenta dentro del proceso educativo, las necesidades sociales que se han generado —y que continuarán evolucionando— con motivo del avance de la tecnología en la llamada sociedad de la información, y que a su vez han suscitado el nacimiento de un nuevo perfil de estudiantes que demanda de nosotros como profesores cambios en nuestras prácticas dentro del aula con la finalidad de lograr una comunicación efectiva, que facilite en ellos un aprendizaje significativo y en consecuencia, el desarrollo de las competencias que a su vez les serán requeridas en su mundo laboral y profesional.

Las prácticas docentes que no sólo toman en cuenta, sino que a su vez promueven el potencial creativo de los estudiantes como cualidad inherente, abren espacios de meditación, flexibilidad y capacidad de adaptación a los procesos de deconstrucción y reconstrucción de significados, que permitirán el desarrollo de habilidades y de una forma de pensamiento que les facilitará en su futuro profesional el encuentro de soluciones efectivas para la transformación de los contextos de adversidad en oportunidades de creación y construcción para una mejor y más justa sociedad.

## VI. BIBLIOGRAFÍA

ALMANSA MARTÍNEZ, Pilar, “Qué es el pensamiento creativo”, *Index de Enfermería*, vol. 21, núm. 3, Granada, 2012, disponible en: [http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1132-12962012000200012&lng=es&rm=iso](http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1132-12962012000200012&lng=es&rm=iso).

ÁLVAREZ LEDESMA, Mario I., *Introducción al Derecho*, México, McGraw-Hill, 2a. ed., 2015.

- ARANDA JUÁREZ, Daniel *et al.*, *Game & Play: diseño y análisis del juego, el jugador y el sistema lúdico*, Barcelona, Editorial UOC, 2015, disponible en: <https://ebookcentral.proquest.com>.
- BERNABEU, Natalia y GOLDSTEIN, Andy, *Creatividad y aprendizaje: el juego como herramienta pedagógica*, Madrid, Narcea Ediciones, 2010.
- BRANDA, María, *Creatividad y comunicación: reflexiones pedagógicas*, Buenos Aires, Nobuk, 2005.
- CARRILLO MAYORGA, José, “Propuestas pedagógicas para una adecuada enseñanza de la investigación jurídica”, en *Primer Congreso Internacional sobre investigación en pedagogía y didáctica del Derecho*, México, UNAM, Instituto de Investigaciones Jurídicas, 2015.
- CORTÉS GONZÁLEZ, Pablo *et al.*, “Narrativa y creatividad en la Universidad: ¿Es posible transitar otros caminos en la enseñanza y el aprendizaje?”, en Cortés González, Pablo, Márquez García, María Jesús, (edit.), *Creatividad, comunicación y educación. Más allá de las fronteras del saber establecido*, España, Servicio de Publicaciones y Divulgación de la Universidad de Málaga, núm. 21, 2016.
- DE BONO, Edward, *El pensamiento creativo. El poder del pensamiento lateral para la creación de nuevas ideas*, México, Paidós, 1994, disponible en: [https://kupdf.net/download/el-pensamiento-creativo-edward-de-bonopdf\\_5a012b16e2b6f5184ed7d6eb\\_pdf](https://kupdf.net/download/el-pensamiento-creativo-edward-de-bonopdf_5a012b16e2b6f5184ed7d6eb_pdf).
- DETERDING, Sebastian *et al.*, From game design elements to gamefulness: Defining Gamification, en *Proceedings of the 15th International Academic Mind-Trek Conference: Envisioning Future Media Environments*, ACM, 2011, disponible en: [https://www.researchgate.net/publication/230854710\\_From\\_Game\\_Design\\_Elements\\_to\\_Gamefulness\\_Defining\\_Gamification](https://www.researchgate.net/publication/230854710_From_Game_Design_Elements_to_Gamefulness_Defining_Gamification).
- HUNTER, Dan W y ERBAH, Kevin, *For the win: How game thinking can revolutionize your business*, EUA, Wharton digital Press, 2012.
- INFORME FINAL, PROYECTO TUNING AMÉRICA LATINA, 2004-2007, p. 109, disponible en: [http://tuning.unideusto.org/tuningal/index.php?option=com\\_docman&Itemid=191&task=view\\_category&catid=22&order=dmdate\\_published&ascdesc=DESC](http://tuning.unideusto.org/tuningal/index.php?option=com_docman&Itemid=191&task=view_category&catid=22&order=dmdate_published&ascdesc=DESC).
- LIPMAN, Matthew, *El lugar del pensamiento en la educación*, Madrid, Ediciones Octaedro, 2016.
- LOVELESS, Avril y WILLIAMSON, Ben, *Nuevas identidades de aprendizaje en la era digital*, Madrid, Ministerio de educación de España, 2017, disponible en: <https://ebookcentral.proquest.com>.

- MARTÍNEZ O'FARRIL, Luisa M., "Pensamiento lateral y creatividad en la formación del ingeniero", *Revista Pedagogía Universitaria*, vol. 3, núm. 2, La Habana, Editorial Universitaria, 2009.
- NICHOLSON, Scott, "A recipe for meaningful gamification", en Reiners, T., Wood, L. (coord.), *Gamification in Education and Business*, Springer International Publishing, Switzerland, 2015, disponible en: [https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-319-10208-5\\_1#citeas](https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-319-10208-5_1#citeas).
- OLANO GARCÍA, Hernán, "La enseñanza por competencias jurídicas", *Revista Oficial del Poder Judicial* 1/1, Colombia, 2007.
- PRENSKY, Marc, *Nativos e inmigrantes digitales*, España, Distribuidora SEK, S.A., disponible en: [http://www.marcprensky.com/writing/PrenskyNATIVOS%20E%20INMIGRANTES%20DIGITALES%20\(SEK\).pdf](http://www.marcprensky.com/writing/PrenskyNATIVOS%20E%20INMIGRANTES%20DIGITALES%20(SEK).pdf).
- STERLINNG HONIG, Alice, "How to Promote Creative Thinking", *Early Childhood Today*, vol. 15, núm. 5, EUA, 2001, disponible en: [https://www.researchgate.net/publication/281408290\\_How\\_to\\_promote\\_creative\\_thinking](https://www.researchgate.net/publication/281408290_How_to_promote_creative_thinking).
- TEIXES, Ferran, *Gamificación: fundamentos y aplicaciones*, Barcelona, Editorial UOC, 2014.
- TOBÓN, Sergio. *El Enfoque de las Competencias en el Marco de la Educación Superior*, Módulo Uno, CIFE, Madrid, 2006.
- WINNICKI, Gabriela, *Creatividad: habitar lo singular*, Buenos Aires, Editorial Brujas, 2015.
- YENTZEN, Eduardo, "Teoría General de la Creatividad", *Polis, Revista de la Universidad Bolivariana*, vol. 2, núm. 6, Chile, 2003, disponible en: <https://ebookcentral.proquest.com>.