

Duolingo Plus para aprender francés durante el confinamiento en Pandemia

Duolingo Plus to learn French during pandemic confinement.

María Cristina Covarrubias Cruz¹

¹ Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, México (madreoaxacos1@gmail.com)

Cómo citar este artículo:

Covarrubias-Cruz, M.C. (2023). Duolingo Plus para aprender francés durante el confinamiento en Pandemia. *Educación y Ciencia, 12(60), 35-45.*

Recibido: 07 de julio de 2023 | Aceptado: 12 de octubre de 2023 | Publicado: 31 de diciembre de 2023

Resumen

Durante la pandemia por el virus SARS-CoV-2, el adaptarse a nuevas formas de aprender en los idiomas no fue la excepción. Este trabajo analiza el alcance que tuvo la aplicación Duolingo en el aprendizaje de la lengua francesa, considerando la premisa que su la publicidad argumenta que es posible aprender un idioma sin ningún otro apoyo académico. En particular, nos enfocamos a la motivación del usuario durante su uso y, si ese mismo uso constante y sistemático, permite alcanzar objetivos sólidos dentro del aprendizaje de esta lengua. En esta ecuación, es crucial el papel del algoritmo de recompensa, que pretende retroalimentar a los aprendices-jugadores, mediante la práctica para corregir errores y ganar recompensas y mostrar a cada usuario una experiencia personalizada orientada específicamente a su avance.

Exploramos el papel de la gamificación diseñada para mantener a los aprendices- inmersos en la aplicación y cautivos en sus lecciones, cuantificando la frecuencia en el uso de la aplicación, su relación con el aprendizaje de vocabulario por lección y el tiempo invertido durante su uso.

Palabras clave: gamificación; algoritmo; autoaprendizaje; aplicación (app); pandemia

Abstract

During the SARS-CoV-2 pandemic from 2020 to 2022, the world had to adapt to new ways of learning and languages were no exception. This research was carried out to explore the role of the Duolingo application in the learning of the French language. This app is advertised as effective without any other academic support. Particularly interest was the role of the algorithm described to reinforce achievement through feedback and practice. Frequency of use and time spend in the app were computed to explore its relationships with learning vocabulary, disposition to advance and engagement while using the applf-efficacy is a variable that according to the literature and some studies is associated with the academic performance of students, which impacts the quality, permanence, and transition to higher studies at the university level. The objective of the study is to identify the level of self-efficacy that high school students present in Aguascalientes, México, as well as to know if there are differences according to the studies degree and students' gender. The study is quantitative and cross-sectional. The academic self-efficacy scale was applied to a representative

sample of high school students, there were 5316 students of second, fourth and sixth semester from public and private institutions. According to the results obtained by semester of studies, there is a significant difference between students in the second, fourth and sixth semester, being greater in the sixth semester, followed by the second semester and lower in the fourth semester. According to public and private mode, the level of self-efficacy was higher in private support compared to public support. According to the sex of the students, the level of self-efficacy was higher in women than in men. The results show the dynamism of the self-efficacy variable and the possibility that the differences are related to the experience level of the students and the conditions of graduation and transition to higher education.

Key words: self-efficacy; academic performance; high school students

INTRODUCCIÓN

Estudiar un idioma cursando los estudios universitarios no es fácil ya que no todos los estudiantes avanzan a la misma velocidad. Esta investigación surgió a partir de la necesidad de estudiar los efectos de las tecnologías para facilitar el aprendizaje del idioma francés, en estudiantes universitarios, durante el confinamiento por pandemia en 2021-22. En la Universidad sede del estudio, estudiar francés como tercera lengua significó todo un reto ya que, el conocimiento previo del idioma inglés se interponía constantemente generando confusión y frustración durante el proceso de aprendizaje.

Al ver el constante atraso dentro de salón de clases y, aprovechando la pausa provocada por la pandemia, se decidió experimentar con diferentes aplicaciones del mercado digital en busca de una fórmula mágica para no abandonar o atrasar el progreso en el aprendizaje del idioma.

Por lo anterior, nos enfocamos a investigar el uso efectos de la aplicación Duolingo en su versión Plus, tras un tiempo corto y a manera de pilotaje, se notó un avance, sobre todo en la adquisición de nuevo vocabulario. A esta cualidad, se le agregó que resultó ser una de las aplicaciones de fácil uso y comprensión. Por esta razón se formularon las siguientes preguntas de investigación: ¿realmente la aplicación funciona para aprender francés? ¿hasta qué punto? ¿vale la pena invertir más de 5 minutos al día en ella? Lo que llevó a plantear la siguiente hipótesis: El uso de la aplicación Duolingo Plus, es eficiente como herramienta para aprender francés durante el tiempo de encierro, resultado de la pandemia. A partir de esta hipótesis se deriva el supuesto de investigación: La gamificación diseñada para la aplicación Duolingo Plus, permite que los usuarios permanezcan inmersos en el ambiente del juego durante al menos una lección.

Para un estudiante de idiomas, la consolidación del aprendizaje de una segunda o tercera lengua es muy importante que se vea reflejada en las competencias de comprensión, producción oral y escrita, sobre todo cuando debe apegarse a un calendario escolar del que no puede salirse y, el plan de estudios no espera a los que aprenden más lentamente. Romero (2016) aduce que el aprendiz busca apoyos lingüísticos fuera del salón de clases para poder repasar y ejercitar lo aprendido, con la ventaja actual de que esas opciones ya son digitales; busca que le sean prácticas, sencillas, altamente motivadoras, sobre todo que sean divertidas y las tiene al alcance de su mano, además en mucho de los casos, arrojan mayores y mejores beneficios aprovechándolas a su favor.

Aspectos teóricos

Muchas aplicaciones para aprender idiomas utilizan la gamificación para comprender y explicar el aprendizaje (Pérez-Manzano y Almela-Baeza, 2018). La gamificación o aprender jugando es una estrategia educativa que cada día adopta más interés en los diferentes educativos y en muchas áreas del conocimiento.

El campo de las investigaciones respecto al aprendizaje de lenguas extranjeras tiene muchos años en desarrollo observándose desde varios aspectos como psicológico, social y espacial. Por lo que los avances tecnológicos de los últimos 20 años han entrado a la ecuación del aprendizaje, impulsando una variante dinámica y acorde a los beneficios de la WEB 3.0 la cual nos permite tener en nuestros dispositivos las herramientas que requerimos para aprender un idioma como lo menciona Gavarrí (2016). Los investigadores del tema han determinado que el juego es una combinación positiva en el aprendizaje de los idiomas porque éste se vuelve divertido e incluso emocionante ya que le otorga otro nivel de intención al proceso de adquisición de una lengua extranjera

El juego

La actividad lúdica tiene una función importante en el desarrollo de nuestro aprendizaje tanto en la niñez como en la edad adulta. El concepto de -homo ludensci (el hombre que juega) se considera hoy en día una dimensión específica del quehacer humano (Aguilera et al., 2014).

El juego, real, imaginario y símbolo, es parte de la vida cotidiana, cuando se hace con otros, como explica Foncubierta (2016), es una actividad voluntaria con reglas y límites de tiempo claros que provocan cierta tensión pero que al mismo tiempo incentivan a los participantes generando una competencia que los obliga a avanzar hacia una meta determinada durante la actividad lúdica.

Pérez-Manzano y Almela-Baeza (2018) explican que, a través de la sensación de disfrutar el juego, los participantes se involucran en el mismo y se mantienen completamente concentrados en la tarea que realizan. También agregan que la concentración, los objetivos claros, la retroalimentación y el involucrarse sin esfuerzo son placenteros, mientras que cuando producen desaparición de la conciencia, la pérdida del sentido del tiempo y el control pueden ocasionar ansiedad.

Gamificación

Según el catedrático en Creatividad Digital de la Universidad de Hamburgo, Sebastian Deterding, la gamificación es la implementación y el uso de las mecánicas de los juegos de video fuera de los mismos, como en este caso, en una aplicación para aprender un idioma. Dentro del campo de investigación, según Nacke y Deterding (2017) han planteado que la gamificación nos entrega una ciencia que muestra cómo las cualidades, elementos y dimensiones del juego afectan directamente el compromiso y experiencia del usuario, moldeando su perspectiva a partir de la auto competencia para lograr sus metas, que en este contexto es aprendizaje. Al utilizar las técnicas de gamificación en una aplicación para

aprender una lengua, es necesario entender cuáles son las motivaciones que empujan a los usuarios a utilizarlas y entonces, diseñar los juegos específicos que enganchen a los distintos tipos de jugadores, de este modo vemos que el principio de la gamificación es la estructura del mismo: “Las mecánicas son los procesos que provocan el desarrollo del juego y los componentes son las implementaciones específicas de las dinámicas y mecánicas: avatares, insignias, puntos, colecciones, rankings, niveles, equipos, entre otros. La interacción de estos tres elementos es lo que genera la actividad gamificada (Ortiz & Jordán, 2018).

Actualmente, las tendencias tecnológicas son el resultado de las exigencias que cada día las generaciones de jóvenes estudiantes necesitan encontrar para que tenga un mayor sentido la inversión económica que hagan en pro de su aprendizaje en el contexto educativo de lenguas extranjeras.

La generación de los nativos digitales va mucho más rápido que los que somos migrantes digitales, quienes todavía estamos adaptándonos a las tecnologías que hemos visto nacer y evolucionar en medio de la carrera para el dominio de las que van saliendo diariamente al mercado. “La adopción del juego en el mundo académico está haciendo que los desarrolladores respondan con juegos expresamente diseñados para apoyar el aprendizaje inmersivo y experiencial” (Ortiz & Jordán, 2018) (p 3) Así, el tiempo que se invierte dentro de los mismos, se convierte en un espacio de auto competencia divertida mientras se van adquiriendo las competencias lingüísticas que cada etapa del juego va mostrando al usuario.

La aplicación Duolingo

Duolingo es una aplicación específica para aprender idiomas como segunda lengua. Arapa (2018) describe a *Duolingo* como herramienta virtual que influye positivamente en el desarrollo de actividades educacionales, ya que en la visión de Pérez-Manzano & Almela-Baeza (2018) combina principios de gamificación y narrativas transmedia.

La aplicación ofrece un universo educativo de una potencia significativa porque encaja y corresponde con el perfil de usuario, siendo de uso dinámico e interactivo que sumerge al usuario en diversas actividades, propiciando la búsqueda de soluciones a gran velocidad pudiendo personalizar, administrar y crear sus experiencias, haciéndolas propias y participando en ellas de forma activa.

La figura 1 ilustra el diseño del contenido de la aplicación y algunos ejemplos de la gamificación incluida en ella, los cuales muestran con mayor claridad el colorido y organización de cada una de las lecciones.

Figura 1. Interfase de Duolingo

Imagen 1

Divisiones jugadas.

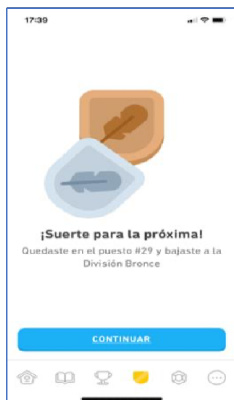


Imagen 2

Lecciones jugadas.



Imagen 3

Lecciones en proceso.



Nota: Las imágenes muestran el diseño de las lecciones y retos tal como aparecen dentro de la aplicación en el año 2021. Tomado de Google Images. Duolingo Inc. Duolingo Plus TM.

En la imagen número 1, se pueden observar las Divisiones como elementos claros de la gamificación ya que invitan al aprendiz a continuar con la práctica para poder avanzar en las mismas para acumular corazones y coronas. Como se pueden ver en la parte superior de las imágenes 2 y 3, estos símbolos funcionan como monedas de cambio para poder seguir en el juego y pagar con ellos los errores que se cometan y continuar dentro del juego en la aplicación. También podemos ver en las mismas imágenes, cada unidad de aprendizaje y el avance; así como los temas venideros tal y como podemos leer debajo de los discos dorados o de colores en las mismas. En cuanto al significado de los colores, el dorado indica que se terminó de jugar en un tema de forma temporal ya que los números contenidos en las coronas indican la cantidad de repasos que se sugieren para consolidar el aprendizaje. Las unidades en varios colores son las que se están trabajando. Así, estas pantallas muestran las secciones y los temas que se están estudiando y repasando en cada ingreso a la aplicación. Cada usuario tiene un avance particular y una serie de retos o pasos a seguir para avanzar a su propio ritmo, sin presiones de tiempos de entrega ni horarios.

De esta forma, la aplicación propicia el aprendizaje a través de la gamificación permite una experiencia mucho más profunda y agradable que, además impulsa la sensación de avance sin permitir la frustración hostil de un examen con bajas calificaciones.

PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

¿Cuál es el alcance de la aplicación Duolingo Plus en cuanto al aprendizaje de la lengua francesa?

MÉTODO

Para este proyecto se consideró el diseño metodológico mixto mayoritariamente orientado hacia lo cuantitativo y con alcance descriptivo. El primer instrumento diseñado fue una Escala de Likert para el enfoque cuantitativo, con 21 preguntas con 5 adverbios de definición, por medio del cual se buscó conocer el grado de interés, satisfacción y aprendizaje del usuario-aprendiz dentro de la aplicación y 2 preguntas adicionales para conocer nombre y edad de los participantes. El segundo es un cuestionario con 9 preguntas abiertas, en donde se buscó conocer el tiempo que le toma a un usuario-aprendiz adquirir cierta cantidad de vocabulario, así como su opinión acerca del impacto que pudo tener la misma en su aprendizaje del idioma francés, de acuerdo con la cantidad de minutos que invirtió al día dentro de la aplicación. El instrumento cuenta en total con 32 preguntas. La combinación de ambos instrumentos obedeció a la necesidad de llevar a los encuestados por una línea clara del tema y dirigirlo hacia el mismo objetivo del investigador sin que existiera ningún sesgo diferente o personal.

El instrumento fue administrado en línea a través de Google forms y publicado en los siguientes grupos en Facebook: Vivalanga, Aprendiendo francés (Duolingo), Francés Vasseur, Duolingo: Aprender en Grupo, The Language Learning Nerds y Duolingo Funny Phrases.

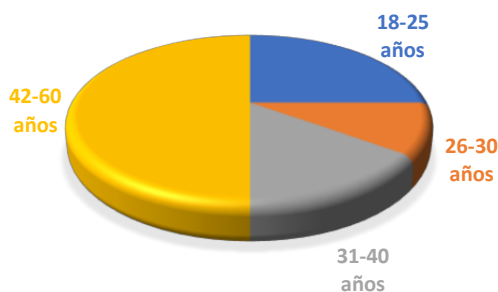
La muestra fue de 21 usuarios que estuvieron aprendiendo el idioma francés: hombres y mujeres mayores de 18 años, su lengua materna es el español y utilizaron la aplicación con ese propósito por al menos 1 año, durante la pandemia.

RESULTADOS

De forma general y empezando por el primer filtro del diferencial semántico, la aplicación Duolingo Plus tiene un grado altamente positivo por los aprendices-usuarios, ya que es una herramienta de fácil uso en la que, además de comprender y confirmar el aprendizaje de la lengua francesa, se divierten con los retos que les muestra a través de cada lección y consideran importante el hecho de recibir constantemente, un gráfico que les informe el avance que van obteniendo, en este caso, el cambio de color por cada ícono de la lección y la invitación a pasar a la inmediata siguiente.

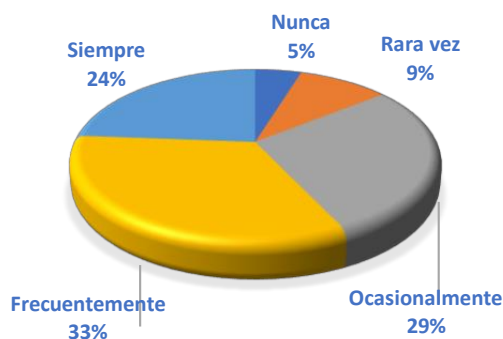
Un detalle importante que se observó en estos resultados es que, de la población encuestada fue la franja poblacional de 41 a 60 años quienes más utilizaron la aplicación durante la pandemia y no así la de 18 a 25 años que, aunque fue el segundo grupo que la utilizó, se esperaba fueran ellos los que, por estar mucho más habituados a la tecnología, sean quienes más la utilizaran para su avance en el aprendizaje del idioma francés. La razón principal de los usuarios-aprendices, para utilizar esta aplicación fue por gusto y después por necesidad, confirmando así, que el grupo poblacional que más la usó, como se muestra en la Gráfica 1.

Gráfica 1. Segmentos poblacionales encuestados



Es interesante señalar, que todos los encuestados utilizaron la aplicación al menos 1 vez al día y el grupo que mostró mayor interés, la utilizó más de 2 veces por día. La primera afirmación aquí descrita fue para avanzar una sola lección, ya que esa acción es la mínima necesaria para continuar el aprendizaje sin perder sus puntuaciones, según el diseño de la misma aplicación. Esto es parte de la gamificación. La segunda fue, según expresó el grupo mayoritario que, para continuar con su aprendizaje, la aplicación iba mostrando lección con lección la cantidad de repasos que le dedicaban, y esto hizo que sintieran una mayor seguridad mientras más avanzaban durante el día. Esto es trabajo del algoritmo de organización, que personaliza la experiencia de acuerdo con cada jugador. La gráfica 2 ilustra la frecuencia de uso.

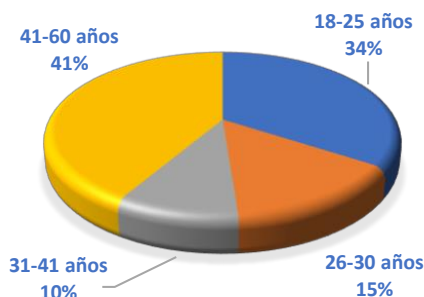
Gráfica 2. Frecuencia de uso de la aplicación durante la pandemia



Un dato extra fue que, el grupo principal mencionó que usar la aplicación significaba distraerse positivamente de sus ocupaciones y relajarse unos minutos mientras hacían una actividad significativa y no solamente perder tiempo en redes sociales con tanto tiempo libre en su vida. Esto es muy importante porque refirieron también que, en general, con la frecuencia de su uso sí adquirieron al menos 3 palabras por lección dentro del área de vocabulario nuevo conforme fueron avanzando lección tras lección, así como reafirmaron al menos un tiempo verbal. La forma en la que se dieron cuenta de este avance fue a través de las lecciones de repaso de errores que la misma aplicación va arrojando al final de cada sesión de aprendizaje y que también está relacionada con el algoritmo que aloja la aplicación.

Confirman así, que el diseño de la aplicación les parece divertido, fácil, práctico y que su tecnología les facilita el aprendizaje de la lengua francesa ya que su sistema de recompensas los motiva a no dejar la práctica hasta ver terminada una unidad que cambia de color cuando se finaliza. Como se muestra en la siguiente imagen.

Gráfica 3. Segmento por edad que aprendió al menos 3 palabras nuevas



Por lo anterior, el hallazgo general es que la aplicación es utilizada por los usuarios-aprendices de forma regular, resolviendo una lección por día en la que observan un avance en su aprendizaje y consideran divertido el tiempo que permanecen en la misma ya que les significa un reto diario para ellos.

De los 21 sujetos encuestados, todos utilizaron diariamente, al menos 20 minutos, la aplicación Duolingo Plus durante los dos años que duró la pandemia y refieren que tanto los colores como el diseño de las lecciones dentro de la aplicación es lo que más les gusta de la misma y les invita a quedarse, a pesar de utilizar otras aplicaciones adicionalmente como apoyo a la misma, como es el caso de ‘Reverso’ la cual es utilizada mayoritariamente para traducir (en algunas ocasiones) las mismas lecciones que van enfrentado. Por otro lado, el 54 % de los encuestados mencionan que la forma en la que está diseñada la aplicación es uno de los factores que más les gusta y esto está ligado al proceso de gamificación que presenta Duolingo para atrapar la atención de los usuarios-aprendices. De la misma forma, refieren que conforme avanzan en sus lecciones, se les van presentando los ejercicios con más errores para enfrentarlos nuevamente y de ahí, el algoritmo los manda a la lección más adecuada respecto a su propio avance y esto les genera la sensación de estar en una aplicación especialmente diseñada para ellos. Esto también les creó una sensación de seguridad en su aprendizaje mientras practicaban cada lección.

Mención importante es que un tercio de los usuarios no alcanzó los objetivos preestablecidos, pero se mantuvieron leales a sus lecciones, aunque no fueron más atrevidos en sus retos o lecciones. Por último, para los encuestado significó una motivación adicional la competencia que se crea dentro de la aplicación cuando, debido a su avance, el algoritmo los ingresa a cada una de las ligas que los define dentro de los primeros o últimos lugares de la apuesta que es simplemente, el avance en el conocimiento de la lengua que se está practicando. Los elementos relacionados con el avance o ganancia dentro de cada lección como corazones o coronas, los emociona ya que significan un aliciente para continuar ganándolos, lo cual significa que van consolidando al mismo tiempo, un aprendizaje.

Para este análisis, vemos que un porcentaje alto de los encuestados, usan la aplicación *Duolingo Plus* para aprender el idioma francés porque la consideran fácil de usar y observan que los ejercicios son prácticos ya que las lecciones se adecúan a su propio avance y los retos que van mostrándoles los invita a seguir con la lección inmediata posterior pero no los atrapa tanto como para quedarse más de una lección.

La mayoría de los usuarios-aprendices mencionaron que fue necesario apoyarse en algún material adicional como lápices, plumas, hojas o cuadernos que les permitiera consolidar el aprendizaje a través de la toma de notas. Aún con las herramientas de apoyo, experimentaron una falsa sensación de avance ya que al momento de preguntarles si, en cuanto a las competencias de comprensión, lectura y expresión oral, se sentían listos para aplicar todos sus conocimientos, más del 40 % en promedio se sintieron inseguros para poder desenvolverse de forma independiente en el idioma sin la aplicación.

La mitad de los participantes considero que esta herramienta cubre todos los aspectos del aprendizaje de la lengua francesa sin el apoyo de una institución en donde se tomen clases presenciales. La otra mitad consideró que la aplicación es únicamente un apoyo dinámico, práctico y divertido para aprender el idioma francés a la par de un curso formal dentro de una institución, aunque sí es una ayuda considerable para el avance en cuanto a la adquisición de vocabulario. Por otro lado, la gamificación es el principal atractivo y gancho de la aplicación para que los usuarios-aprendices se queden en la aplicación porque crea una experiencia agradable y el algoritmo hace que parezca un juego de aprendizaje hecho a la medida.

En general, los resultados son mayoritariamente positivos a favor del uso de la aplicación *Duolingo Plus*.

DISCUSIÓN

De acuerdo con los resultados, el conocimiento de la lengua francesa que se generó a partir de la motivación de los retos que forman parte de la interacción con la aplicación para avanzar entre lecciones realmente sí contribuyó en el aumento del vocabulario por la frecuencia en el uso de la aplicación. Aunque la mejora en el incremento del vocabulario no fue tan alta como se esperaba, ya que un estudio previo similar arrojó que un 95 % del total de los encuestados superaron sus expectativas de manera significativa con la misma cantidad de lecciones de este proyecto, concluyendo que la aplicación es muy confiable para estudiar este idioma (Vesselinov y Grego, 2012) y que en especial incrementa la cantidad de vocabulario.

La gamificación es el principal atractivo para permanecer en la misma aprendiendo el idioma francés, según los resultados y se sesga hacia la vertiente positiva de esta investigación ya que, relacionada con el párrafo anterior, la gamificación y la motivación es lo que impulsa al usuario a quedarse en la plataforma. En este caso, es evidente en las respuestas de esa investigación, como explica Gavarri (2016) que la motivación de un adulto (mayor de 30 años) para aprender una lengua extranjera es muy específica, como la necesidad de viajar para interactuar con el hablante nativo de lengua francesa y para mejorar su posición laboral, mientras que para los jóvenes, como lo podemos observar en nuestra población de 18-25 años, es por la necesidad de aprender el idioma para continuar con sus estudios o incluso por curiosidad pero en ambos casos, el deseo por alcanzar las metas básicas de cada lección es tan fuerte como para continuar con el aprendizaje dentro de la aplicación,

nuevamente, la gamificación cumple su objetivo, el cual es contener al aprendiz haciéndolo sentir motivado por la experiencia personalizada que el algoritmo le muestra para avanzar a su ritmo en cada lección.

En contraste, desde el enfoque cualitativo, los encuestados no consideraron que pudieran adquirir las competencias lingüísticas necesarias únicamente utilizando la aplicación porque requirieron de al menos un curso presencial previo o paralelo para poder avanzar en su aprendizaje dentro de la plataforma.

Finalmente, la gamificación no es únicamente parte de las nuevas tecnologías dado que también está presente en un entorno académico institucional ya que para Foncubierta (2016) “La gamificación es la técnica que el profesor emplea en el diseño de una actividad de aprendizaje (sea analógica o digital) introduciendo elementos del juego (insignias, límite de tiempo, puntuaciones, dados, etc.) y su pensamiento (retos, competición, etc.) con el interés de enriquecer esa experiencia de aprendizaje, dirigir y/o modificar el comportamiento de los alumnos en el aula” (p. 2).

CONCLUSIONES

La aplicación por sí sola no es suficiente para poder consolidar las competencias de comprensión, lectura y expresión oral de forma tal que los usuarios aprendices puedan sentir seguridad en el dominio de la lengua estudiada. Definitivamente, la aplicación utilizada en conjunto con una clase formal presencial o a distancia, es decir, dirigida por un docente, es muy eficaz para apoyar el aprendizaje, entonces, la hipótesis se cumple porque Duolingo Plus es un apoyo para las personas que quieren avanzar dentro del modo autoaprendizaje.

La pandemia nos obligó de manera abrupta a trasladar el aprendizaje presencial al aprendizaje en línea. Aunque somos una sociedad con conocimientos de la Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TIC), no todos los segmentos poblacionales estaban muy habituados a ellas, así que tanto profesores como alumnos tuvieron que adaptarse rápidamente a esta nueva forma de seguir adquiriendo conocimientos, en cualquier área y nivel. La realidad es que, aunque esta investigación se realizó durante la pandemia, pudimos observar que el surgimiento de múltiples aplicaciones relacionadas con el aprendizaje de idiomas y el resurgimiento de otras nos puso de frente a una modalidad mucho más personalizada y dinámica para adquirir una lengua. Esto deja muy claro en el tintero, que tenemos un horizonte muy amplio que considerar en este mismo momento, para el apoyo de los aprendices de idiomas que, aunque tomen clases presenciales apegadas a un sistema específicamente diseñado de acuerdo a las reglamentaciones de políticas de educación pública, tienen actualmente una amplia gama de opciones digitales que se adaptan a sus ritmos y tiempos con la posibilidad de conocer de inmediato, su avance dentro de ese aprendizaje y fomentando así, la continuidad en el incremento de sus conocimientos. ¿Por qué no hacer de estas tecnologías, herramientas aliadas y muy cercanas a los profesores e invitarlas al salón de clases?

REFERENCIAS

- Aguilera, A., Fúquene, C., & Ríos, W. (2014). Aprende jugando: el uso de técnicas de gamificación en entornos de aprendizaje. *IM-Pertinente*, 7(1), 124-143.
- Arapa, E. &. (2018). *ALICIA Acceso Libre para Inovación Científica para la Innovación*. <https://alicia.concytec.gob.pe/>: <http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/UNSA/8142>
- Foncubierta, J. (2016). *Editorial Edinumen*. Academia: <https://www.academia.edu/>
- Foncubierta, J. & Rodríguez, J. (04 de 2016). *Didáctica de la Gamificación en la clase de español*. Edinumen: <http://www.profele.es>
- Gavarrí, S. (2016). El aprendizaje de lenguas extranjeras mediado por las TIC: Aprender Inglés con Duolingo. *El Toldo de Astier. Memoria Académica. Compartimos lo que Sabemos. UNLP-FaHCE*, 7(12), 56-65.
- Hernández, R., & Fernández, C. &. (2014). *Metodología de la investigación*. McGraw Hill Education 6a. Edición.
- Nacke, L. & Deterding, C. S. (2017). *The Maturing of Gamification Research*. White Rose Research Online: <http://eprints.whiterose.ac.uk/111254/>
- Ortiz, A., & Jordán, J. (2018). Gamificación en educación: una panorámica sobre el estado de la cuestión. *Educação e Pesquisa: Revista da Faculdade de Educação da Universidade de São Paulo*, 44(1). Dialnet.
- Pérez-Manzano, A., & Almela-Baeza, J. (2018). *Revista Científica de Comunicación y Educación Comunicar*. Oxbridge Publishing House. <http://doi.org/10.3916/comunicar>
- Romero, Á. (2016). *recursos.educoas.org*. [educoas.org: https://recursos.educoas.org/sites/default/files/VE16.579.pdf](http://recursos.educoas.org/sites/default/files/VE16.579.pdf)
- Vesselinov, R. & Grego, J. (2012). *Duolingo Effectiveness Study*. City Tniversity Of New York.