

“BrandQuest: La Aventura de la Identidad Corporativa”

Gamificación Completa | Ciencias Sociales y Humanas | Comunicación | Tema: Identidad e imagen corporativa

Contexto Narrativo

Contexto Narrativo: Una misión para salvar la reputación de la ciudad

En un mundo donde la identidad e imagen corporativa definen el éxito o fracaso de las organizaciones, los estudiantes forman parte de un equipo de consultores estratégicos llamados “BrandQuesters”. La ciudad ficticia de “Comunicópolis” enfrenta una crisis: múltiples empresas locales están perdiendo clientes debido a una imagen corporativa confusa, poco clara o dañada. La misión principal de los estudiantes es diseñar y revitalizar la identidad e imagen corporativa de estas organizaciones para devolverles su prestigio y confianza ante la comunidad.

La ambientación se sitúa en un futuro cercano, donde la comunicación visual y la narrativa de marca son esenciales para el desarrollo social y económico. Los estudiantes asumirán roles reales dentro de un equipo de branding: estrategias de comunicación, diseñadores gráficos, investigadores de mercado, redactores creativos y gestores de proyectos. Cada rol contribuirá a la solución final, fomentando la colaboración interdisciplinaria.

La narrativa invita a los estudiantes a embarcarse en un viaje dividido en “misiones” o fases, donde deben analizar casos reales y ficticios, diagnosticar problemas de identidad, crear propuestas innovadoras y presentar soluciones integrales que combinen comunicación visual, verbal y estratégica.

Este contexto conecta directamente con el tema de aprendizaje —identidad e imagen corporativa— porque permite vivenciar los conceptos a través de la práctica, desarrollando habilidades críticas para analizar marcas, comunicar valores y construir mensajes coherentes. Además, el uso de una historia envolvente motiva a participar activamente, incrementando su curiosidad y pensamiento crítico, mientras mejoran sus competencias comunicativas en un entorno colaborativo.

En suma, “BrandQuest” no solo enseña los fundamentos teóricos, sino que los convierte en herramientas para afrontar retos reales y complejos, preparándolos para el mundo profesional actual donde la imagen y identidad corporativa son clave en la gestión de la comunicación.

Mecánicas de Juego

Mecánicas de Juego de “BrandQuest”

- **Sistema de Puntos (BrandPoints):** Cada actividad, desafío o entrega otorga BrandPoints según la calidad, creatividad y colaboración demostrada. Por ejemplo, un análisis de caso acertado vale 50 puntos, una propuesta innovadora 100 puntos. Estos puntos permiten avanzar niveles y desbloquear recursos especiales.
- **Niveles (Aprendizaje y Maestría):** El sistema tiene cinco niveles que los estudiantes pueden alcanzar: Novato, Explorador, Estratega, Maestro de Marca y Consultor Legendario. Cada nivel desbloquea nuevas responsabilidades, materiales adicionales y retos más complejos.

- **Insignias Temáticas:** Insignias digitales o físicas que reconocen habilidades específicas: “Analista Agudo” (por diagnóstico certero), “Creativo Visual” (por diseño destacado), “Comunicador Efectivo” (por presentación clara), “Líder Colaborativo” (por trabajo en equipo). Estas se entregan tras ciertos hitos y pueden coleccionarse.
- **Retos (Misiones Semanales):** Cada semana los estudiantes enfrentan un desafío concreto (ej. rediseñar el logo de una empresa, crear un eslogan impactante). Superarlos contribuye puntos extra y avances en la narrativa.
- **Recompensas y Recursos Desbloqueables:** Al subir de nivel o superar retos, los estudiantes obtienen acceso a plantillas profesionales, tutoriales en video, entrevistas con expertos y libros digitales sobre branding y comunicación.
- **Progresión Visual:** Un tablero o mural visible en clase (físico o digital) muestra el avance del equipo o de cada estudiante, los niveles alcanzados, puntos acumulados e insignias obtenidas. Esto genera motivación y competencia sana.
- **Retroalimentación Inmediata:** Cada entrega o actividad recibe comentarios puntuales en clase o por plataforma digital, destacando fortalezas y áreas de mejora, para que los estudiantes puedan corregir y evolucionar rápidamente.
- **Roles con Habilidades Exclusivas:** Dependiendo del rol asignado, los estudiantes pueden acceder a ciertas ventajas o pistas durante los retos, por ejemplo, los diseñadores pueden usar software avanzado, los investigadores tienen acceso a datos exclusivos.
- **Trabajo en Equipo y Competencia:** Se fomentan grupos colaborativos con metas compartidas pero también rankings individuales, equilibrando cooperación y motivación personal.

Actividades Gamificadas

Actividades Gamificadas Paso a Paso en “BrandQuest”

Actividad 1: Diagnóstico de Identidad Corporativa (Misión 1)

Descripción: Los estudiantes analizan la identidad e imagen actual de una empresa real o ficticia para identificar fortalezas y debilidades.

Instrucciones:

- Formar equipos de 4-5 estudiantes, asignando roles (estratega, investigador, diseñador, comunicador).
- Entregar un dossier con información básica de la empresa (logo, misión, valores, comunicación actual).
- Utilizando una plantilla de análisis (incluye preguntas guía: ¿Qué valores transmite la identidad?, ¿Es coherente la imagen visual con la misión?, ¿Qué percepciones genera en el público?), discutir y responder.
- Preparar un informe breve (máximo 2 páginas) y una presentación de 5 minutos para exponer el diagnóstico al resto de la clase.
- Recibir retroalimentación y sumar BrandPoints según profundidad y claridad.

Tiempo estimado: 3 horas (2 horas para análisis y 1 hora para exposiciones)

Materiales: Plantillas impresas o digitales, acceso a internet, software básico de presentación (PowerPoint, Canva).

Integración con mecánicas: Otorga BrandPoints, permite subir de nivel a Novato o Explorador e inicia la colección de insignias “Analista Agudo”.

Actividad 2: Creación de Propuesta de Identidad (Misión 2)

Descripción: Basándose en el diagnóstico, los equipos diseñan una propuesta para mejorar la identidad e imagen corporativa.

Instrucciones:

- Revisar comentarios y recomendaciones de la actividad anterior.
- Definir elementos clave de la nueva identidad: valores, misión revisada, público objetivo, mensaje principal.
- Diseñar el logo renovado o nuevas piezas gráficas (pueden usar herramientas como Canva o Adobe Spark).
- Crear un eslogan o lema que refleje la esencia de la marca.
- Redactar un plan de comunicación que explique cómo se difundirá la nueva imagen.
- Preparar una presentación multimedia (video, póster digital o presentación) para “vender” la propuesta.
- Presentar ante un “panel de expertos” (puede ser el docente y otros estudiantes) que evaluará creatividad, coherencia y viabilidad.

Tiempo estimado: 5 horas distribuidas en 2 sesiones.

Materiales: Software de diseño gráfico, plantillas de plan de comunicación, recursos para presentaciones.

Integración con mecánicas: Otorga BrandPoints mayores, permite subir niveles (Estratega, Maestro de Marca), desbloquea insignias “Creativo Visual” y “Comunicador Efectivo”, y recursos exclusivos (tutoriales, entrevistas).

Actividad 3: Simulación de Campaña de Lanzamiento (Misión 3)

Descripción: Implementar una campaña simulada para lanzar la nueva identidad corporativa al público objetivo.

Instrucciones:

- Planificar en equipo las acciones de comunicación (redes sociales, eventos, publicidad).
- Crear materiales de apoyo: posts para redes, scripts para spots radiales o videos, guiones para presentaciones públicas.
- Asignar roles para la presentación (voceros, community manager, diseñador).
- Simular la presentación en una feria de marcas dentro del aula, con otros equipos como público y jurado.
- Recibir feedback y ajustar la campaña.

Tiempo estimado: 4 horas.

Materiales: Dispositivos para presentaciones, materiales impresos, acceso a plataformas simuladas de redes sociales.

Integración con mecánicas: BrandPoints altos por creatividad y trabajo en equipo, insignias “Líder Colaborativo”, avance a nivel “Consultor Legendario”.

Actividad 4: Debate Crítico y Reflexión Final (Misión 4)

Descripción: Debate y reflexión sobre la importancia de la identidad corporativa y su impacto social, económico y cultural.

Instrucciones:

- Preparar argumentos a favor y en contra sobre temas clave (e.g. autenticidad vs marketing, ética en la imagen corporativa).
- Participar en un debate estructurado, moderado por el docente.
- Escribir una reflexión personal final que integre lo aprendido y cómo aplicarán estos conceptos en su vida profesional.

Tiempo estimado: 2 horas (1 hora debate, 1 hora reflexión escrita)

Materiales: Lecturas previas, notas personales, plataformas de escritura colaborativa.

Integración con mecánicas: Otorga BrandPoints por participación y profundidad, contribuye a la evaluación final y al desbloqueo de insignias “Pensador Crítico”.

Actividad 5: Construcción del Portafolio de Marca Personal (Actividad Complementaria)

Descripción: Cada estudiante crea un portafolio digital que refleje su aprendizaje y competencias desarrolladas a lo largo de la experiencia, aplicando conceptos de identidad e imagen personal y profesional.

Instrucciones:

- Seleccionar evidencias relevantes: trabajos, presentaciones, reflexiones.
- Diseñar una identidad visual personal coherente (logo, colores, tipografía).
- Redactar una biografía profesional que destaque sus fortalezas y aprendizajes.
- Publicar el portafolio en una plataforma digital accesible (e.g. LinkedIn, Behance, Google Sites).

Tiempo estimado: 4 horas.

Materiales: Herramientas digitales para portafolio, tutoriales básicos de diseño.

Integración con mecánicas: Otorga BrandPoints, insignias “Comunicador Efectivo” y “Diseñador de Marca”, contribuye al cierre narrativo.

Estas actividades integran teoría y práctica, fomentan la colaboración, pensamiento crítico y comunicación efectiva, y se apoyan en las mecánicas para estimular la motivación y el aprendizaje significativo.

Reglas y Condiciones

Reglas del Juego “BrandQuest”

- **Condiciones de Victoria:** El equipo o estudiante que acumule más BrandPoints al final del ciclo (módulo o semestre) y que demuestre coherencia en sus propuestas y participación activa será declarado “Consultor Legendario de Comunicópolis”.

- **Turnos y Participación:** Las actividades grupales deben ser coordinadas para que cada miembro aporte según su rol, fomentando la equidad. En debates y presentaciones, se respetan los turnos asignados para garantizar orden y respeto.
- **Penalizaciones:** Se restan puntos por entregas tardías sin justificación (10% de BrandPoints de la actividad), plagio (pérdida total de puntos y notificación), y falta de participación activa o disruptiva.
- **Roles:** Cada equipo define sus roles al inicio, que pueden rotar en actividades sucesivas para que todos desarrollen diversas habilidades.
- **Sistema de Puntos:** La tabla general será visible y actualizada semanalmente. Los puntos se asignan según rúbricas claras entregadas previamente.
- **Logros e Insignias:** Para obtener una insignia, el estudiante o equipo debe cumplir criterios específicos (por ejemplo, “Analista Agudo” requiere un diagnóstico con al menos 80% de precisión según evaluación docente).
- **Respeto y Ética:** Todas las actividades deben realizarse en un ambiente de respeto, tolerancia y colaboración. Se valorará la originalidad y ética en la creación y presentación de contenidos.
- **Recursos y Ayudas:** Se pueden usar los recursos desbloqueables tras alcanzar ciertos niveles, pero siempre respetando las fechas y criterios de entrega.

Evaluación Gamificada

Evaluación Gamificada en “BrandQuest”

La evaluación se integra dentro del sistema gamificado, buscando medir tanto el proceso como el producto del aprendizaje, así como el desarrollo de competencias del siglo XXI.

Criterios de Evaluación

- **Dominio Conceptual:** Comprensión profunda de la identidad e imagen corporativa, demostrada en análisis y propuestas.
- **Creatividad e Innovación:** Originalidad en el diseño y comunicación visual y verbal.
- **Trabajo en Equipo y Comunicación:** Colaboración efectiva y presentaciones claras, argumentadas y persuasivas.
- **Pensamiento Crítico:** Capacidad para evaluar, cuestionar y mejorar las propuestas con base en evidencias.
- **Reflexión Personal:** Integración de aprendizajes y autoconciencia sobre fortalezas y áreas de mejora.

Rúbricas Integradas

Las rúbricas detallan niveles desde “Insuficiente” a “Excelente” para cada criterio, con descriptores claros (por ejemplo, para creatividad: uso básico de elementos visuales vs propuesta innovadora con coherencia estética y funcional).

Evidencias de Aprendizaje

- Informes y diagnósticos escritos.
- Diseños gráficos y materiales de comunicación.
- Presentaciones orales y multimedia.
- Participación en debates y discusiones.
- Reflexiones escritas personales.
- Portafolio digital personal.

Reflexión Final y Cierre Narrativo

Al concluir la experiencia, se realiza una sesión de reflexión colectiva donde los estudiantes comentan cómo resolvieron los retos de Comunicópolis, qué aprendizajes obtuvieron y cómo aplicarán estos conocimientos en su desarrollo profesional. El docente cierra la narrativa destacando el papel de cada “BrandQuester” como agente de cambio en la comunicación corporativa del mundo real.

La evaluación final combina la suma de BrandPoints con la calidad cualitativa de las evidencias, garantizando una valoración integral y motivadora.

Recomendaciones Logísticas

Recomendaciones para la Implementación de “BrandQuest”

- **Tiempo Necesario:** Mínimo 6 semanas con sesiones semanales de 3 a 4 horas para abordar todas las misiones y actividades con profundidad.
- **Espacio Físico:** Aula flexible con acceso a internet, áreas para trabajo grupal, espacio para exposiciones y mural o pantalla para seguimiento de progresos.
- **Materiales y Herramientas TIC:**
 - Computadoras o tablets con software básico de diseño (Canva, PowerPoint, Google Slides).
 - Acceso a plataformas de comunicación (Google Classroom, Moodle, Teams).
 - Materiales impresos: plantillas, rúbricas, guías.
 - Proyector o pantalla para presentaciones.
- **Tamaño del Grupo:** Ideal entre 20 y 30 estudiantes para formar varios equipos de trabajo que permitan diversidad sin perder control.
- **Preparación Previa del Docente:**
 - Familiarizarse con conceptos de identidad e imagen corporativa y herramientas de gamificación.
 - Preparar los materiales, plantillas y recursos digitales con antelación.
 - Diseñar el tablero de puntos y sistema de seguimiento.
 - Planificar la asignación de roles y dinámicas de equipo.
- **Posibles Dificultades y Soluciones:**

- *Desigual participación:* Implementar rotación de roles y evaluación entre pares para equilibrar el trabajo.
- *Falta de recursos tecnológicos:* Priorizar actividades que puedan hacerse con materiales impresos o dispositivos móviles personales.
- *Resistencia a la gamificación:* Explicar claramente objetivos y beneficios, involucrar a estudiantes en la creación de reglas.
- *Retrasos en entregas:* Establecer fechas claras y sanciones justas, ofrecer apoyo para gestión del tiempo.