Coordinadores:
Isleny Cruz Carvajal • José Luis Mateu Gordon
César Méndez Domínguez

Innovación educativa para el desarrollo sostenible, la economía y la empresa



Mc Graw Hill | AULAMAGNA
PROYECTO CLAVE

Innovación educativa para el desarrollo sostenible, la economía y la empresa

Coord.

Isleny Cruz Carvajal
José Luís Mateu Gordon
César Méndez Domínguez

Mc Graw Hill | AULAMAGNA
PROYECTO CLAVE

Innovación educativa para el desarrollo sostenible, la economía y la empresa

Primera edición: 2022

ISBN: 978-841-918-790-1

© de los textos:
los autores

© diseño de cubierta y maquetación:
Francisco Anaya Benítez

© de esta edición:
Editorial Aula Magna, 2022. McGraw-Hill Interamericana de España S.L. editorialaulamagna.com
info@editorialaulamagna.com

Impreso en España – Printed in Spain

Quedan prohibidos, dentro de los límites establecidos en la ley y bajo los apercibimientos legalmente previstos, la reproducción total o parcial de esta obra por cualquier medio o procedimiento, ya sea electrónico o mecánico, el tratamiento informático, el alquiler o cualquier otra forma de cesión de la obra sin la autorización previa y por escrito de los titulares del copyright. Diríjase a info@editorialaulamagna.com si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra.

PREVENCIÓN TEMPRANA DE LA ADICCIÓN DE MENORES A JUEGOS DE AZAR ONLINE A TRAVÉS DEL MARKETING Y LA COMUNICACIÓN ENTRE IGUALES

Ana Pedreños-Santos
Universidad Complutense de Madrid

Sonia Carcelen García
Universidad Complutense de Madrid

María Galmés Cerezo
Universidad Complutense de Madrid

1. INTRODUCCIÓN

El crecimiento de la adicción a los juegos de azar online entre los jóvenes ha ido aumentando de manera progresiva en los últimos años. La normalización de esta forma de jugar en Internet, y el fácil acceso que tienen los jóvenes a ella, han agravado la situación. El mayor riesgo se encuentra en el segmento de edad entre 18 y 25, ya que este es el grupo de jugadores de apuestas online que más ha crecido respecto a años anteriores y es el que mayor riesgo de adicción padece. De ahí que sea necesario trabajar en la prevención en edades más tempranas.

El trabajo de prevención en cuestiones relacionadas con la adicción al alcohol o drogas, por ejemplo, viene realizándose desde hace años desde diferentes ámbitos como la Policía o los orientadores educadores entre otros. Estas prácticas de divulgación están muy interiorizadas por los estudiantes, que en muchos casos desconectan ante el "esto ya me lo sé". De ahí que sea necesario buscar formas de comunicación y aprendizaje innovadoras que consigan llegar hasta los jóvenes involucrándolos en dicho aprendizaje.

El objetivo de esta investigación es testar un modelo de innovación docente en el que el objetivo docente es distinto al objetivo de aprendizaje

percibido por el estudiante, utilizando herramientas que inciden en el trabajo en equipo, la creatividad y la colaboración entre iguales.

Para ello, se ha trabajado con 120 estudiantes de 14 a 16 años en su propio centro de enseñanza, a los que se ha convocado para realizar una campaña de publicidad. Estudiantes universitarios han liderado los equipos de seis alumnos, trabajando con ellos las fases de creación de una campaña publicitaria entre las que se encuentra el conocimiento a fondo del objeto que se quiere comunicar y de las personas a las que se dirige la comunicación. Finalmente, cada grupo ha creado un cartel con una campaña publicitaria dirigida a advertir a los jóvenes sobre los riesgos del juego online. Todo ello se ha realizado, dentro de la convocatoria de los Proyectos de Aprendizaje y Servicio de la UCM, con el respaldo de la Unidad de apoyo a la diversidad e inclusión de la UCM.

La contribución de este trabajo a la innovación docente se centra en aportar una metodología para acercar a los adolescentes contenidos relacionados con los peligros de adicción al juego online. La utilización de herramientas no directamente relacionadas con los contenidos docentes es un instrumento útil pero poco utilizado debido a la necesidad de aunar diferentes perfiles que puedan dar veracidad a lo que se está poniendo en práctica. Esta veracidad se refuerza con los jóvenes a través de divulgadores que actúan como iguales (los estudiantes universitarios), aumentando la cercanía y la alineación en valores con los alumnos más jóvenes objeto del aprendizaje.

1.1. Los jóvenes y los juegos de apuestas online

El juego de apuestas online en los jóvenes tiene una penetración diferente en distintos países del mundo: 60% en Estados Unidos, 50% en Canadá o 25% España (Parham et al., 2019; Allami et al., 2018; Lozano y Rodriguez, 2022). En España, el 4,5% de los jóvenes entre 18 y 25 años y el 1% de los adolescentes son jugadores patológicos (Lozano y Rodriguez, 2022). Este porcentaje se eleva al 11% entre los jugadores online (García Ruíz, Buil Gazol y Solé Moratilla, 2016). La característica común en los datos sobre el juego online en jóvenes es su incremento constante y rápido en todos los países. Este se ha visto potenciado

por los siguientes factores (García Ruíz, Buil Gazol y Solé Moratilla, 2016; Lozano y Rodriguez, 2022):

- El uso cada vez más extendido y frecuente de los dispositivos móviles lo cual incrementa las oportunidades de jugar solo y con otros.
- La normalización social de estas actividades, incluso en el entorno familiar (p.e. haciendo juntos las apuestas).
- Edad de inicio cada vez más temprana, entre los 10 y los 13 años.
- Influencia de la publicidad, cuya inversión se ha multiplicado por cuatro en cinco años superando los 460 millones de euros anuales en España (Dirección General de Ordenación del Juego, 2020).
- Aumento de consumo de sustancias estimulantes a edades cada vez más tempranas.
- Diseño de producto más atractivo: fácil acceso, inmediatez entre la apuesta y el resultado, apuestas por importes bajos y elementos que aumentan la ilusión de control (elegir entre opciones, tocar botones, etc.).

La adicción al juego se encuentra incluida en la clasificación de trastornos mentales DSM-5 de la Asociación Americana de Psiquiatría (Lozano y Rodriguez, 2022). Algunos de los trastornos documentados son: depresión, ansiedad, impulsividad, abuso de alcohol y drogas, agresividad, comportamiento antisocial, problemas académicos y problemas delictivos (Parham et al., 2019; Allami et al., 2018).

Los profesores, según el estudio de Allami et al. (2018), son los principales agentes sociales para identificar y predecir el comportamiento problemático de los niños. Según este mismo estudio, los principales factores protectores y compensadores son la familia y los iguales (es decir, lo que hacen los padres y los compañeros que podría compensar o proteger frente a la adicción al juego):

1. La familia. Las prácticas positivas en la infancia, incluyendo una mayor supervisión de los padres entre los 11 y los 14 años se asocia con menos problemas de juego en la adolescencia y la juventud. Además, el apoyo de la familia durante la adolescencia y la juventud minimiza el comportamiento perjudicial relacionado con el juego (Allami et al., 2018).
2. Los iguales. El apoyo de los compañeros, a diferencia del de la familia, no disminuye el efecto negativo de los juegos de azar online. Pero la aprobación de los compañeros y una buena relación con iguales a los que el adolescente respeta por sus valores y su comportamiento normativo es un factor compensatorio contra los problemas que pueda generar el juego (tanto en adolescentes como en jóvenes -Allami et al., 2018-).

Es un reto para las administraciones poner freno al desarrollo del juego online, ya que se trata de un enorme negocio que reporta al Estado español ingresos difíciles de reemplazar y que genera además una importante actividad económica: 851 millones de beneficios a las Casas de Apuestas, con un incremento anual del 14% (Dirección General de Ordenación del Juego, 2020). Esto da lugar a una situación de desamparo que no parece que vaya a cambiar en el corto plazo, por lo que es necesario dar a las jóvenes herramientas para que puedan afrontar posibles problemas con la adicción al juego (con un foco especial entre los varones y los habitantes de barrios desfavorecidos entre los cuales la incidencia es mayor (Parham et al., 2019).

1.2. Particularidades del aprendizaje adolescente

1.2.1. Prevención a través de la educación

A pesar de las evidencias, no existe una sistematización en la prevención de los problemas de juego online en adolescentes dentro del sistema educativo español, a diferencia de otros países de la Unión Europea en los que se han implementado intervenciones preventivas con gran éxito (Lozano y Rodriguez, 2022). Su relación con otras adicciones, como el alcohol, el tabaco o las drogas, hace necesario que su prevención deba considerarse con un enfoque holístico, ayudando a retrasar o evitar estas

actividades, ya que los grandes cambios que se producen en el cerebro de los adolescentes en este periodo vital, los hacen especialmente vulnerables a la ludopatía (Lozano y Rodriguez, 2022).

Existen diferentes tipos de programas de prevención que pueden diferenciarse entre a) psicoeducativos de intervención temprana y b) psicoeducativos de entrenamiento de habilidades (Lozano y Rodriguez, 2022). En ambos casos, se pretende aumentar el conocimiento sobre el juego para desmentir las creencias erróneas que lo rodean a través del aprendizaje (por ejemplo, explicando probabilidades estadísticas con la resolución de problemas matemáticos en el aula), siendo los centros educativos los lugares en los que más se implementan dichos programas, ya que representan en principio el lugar más apropiado para divulgar información a los más jóvenes (García Ruíz, Buil Gazol y Solé Moratilla, 2016; Keen, Anjoul y Blaszczynski, 2019). El refuerzo de los conocimientos y habilidades individuales, la promoción de la educación de la comunidad y el fomento de redes y coaliciones, serán fundamentales para realizar una prevención efectiva (Cohen et al., 1994).

Si bien diferentes estudios han mostrado cómo un mayor conocimiento por los adolescentes resulta en una menor inclinación al juego y una menor adicción (Lozano y Rodriguez, 2022), existen otros que no observan estos cambios de comportamiento, sugiriendo que los programas educativos han tenido un éxito limitado a la hora de evitar que los jóvenes desarrollen adicción (García Ruíz, Buil Gazol y Solé Moratilla, 2016; Keen, Anjoul y Blaszczynski, 2019).

Existe un predominio de los programas de prevención centrados en factores cognitivos, dejando a un lado aspectos de carácter emocional (Lozano y Rodriguez, 2022) y según Keen, Anjoul y Blaszczynski (2019), no está claro qué tipo de información debe enseñarse para que tenga un impacto óptimo en la toma de decisiones de los jóvenes. Opinan que tal vez el impacto de los efectos educativos no es lo suficientemente fuerte como para traducirse en resultados de comportamiento y que un contenido general centrado en la concienciación sobre los riesgos o peligros del juego excesivo puede no tener efecto con el público joven. La información preventiva debería hacer menos hincapié en las graves consecuencias asociadas a los trastornos del juego ya que los enfoques

basados en el miedo no tienen eco entre el público joven (Keen, Anjoul y Blaszczynski, 2019).

En esta línea, el presente trabajo plantea formas de comunicación y aprendizaje que buscan llegar hasta los jóvenes involucrándolos en su propio aprendizaje. Para ello se trabaja con tres elementos: el aprendizaje entre iguales, el trabajo en equipo y la creatividad.

1.2.2. El aprendizaje entre iguales

La presión del grupo de iguales es una de las variables sociales más importantes para el inicio en el juego de los jóvenes y es por ello que algunos autores consideren necesario promover el concepto de "juego responsable" entre ellos, dándoles herramientas que les permitan prevenir conductas adictivas (García Ruíz, Buil Gazol y Solé Moratilla, 2016). Los iguales dentro del ecosistema del juego online en adolescentes son un factor ambivalente. Por un lado, pueden propiciar un uso abusivo del juego, y por otro pueden prevenirlo a través de figuras, no siempre amigos, que actúan como referentes (Allami et al., 2018).

En el aula, la tutorización entre iguales ha mostrado ser una herramienta muy útil para compensar diferentes capacidades académicas entre los alumnos (Supena, Darmuki y Hariyadi, 2021). Sus ventajas, según la investigación de Visser (2007) sobre la tutorización entre iguales para la prevención del VIH/SIDA entre adolescentes son:

- Una mayor propensión de los adolescentes a discutir abiertamente con sus iguales que con los adultos, a los que consideran figuras de autoridad.
- Utilización de códigos de lenguaje comprensibles y cercanos, lo que hace más accesibles el conocimiento y las experiencias.
- Influencia de modelos personales con los que el adolescente se siente identificado y por los cuales los adolescentes son más propensos a cambiar comportamientos.
- Posibilidad de generar nuevas normas colectivas a partir de los debates.

- Los jóvenes se reconocen como compañeros para resolver problemas, participando más en la toma de decisiones y tomando la iniciativa, lo que aumenta su nivel de empoderamiento.
- Mejora de las relaciones y el clima del centro educativo.

Adicionalmente, encontramos estudios que vinculan positivamente la utilización de testimonios de iguales (Rollins et al., 2020) o de celebridades que son referentes para los jóvenes en campañas de prevención de la adicción al juego (Shead et al., 2011). Estos testimonios influyen positivamente en el proceso de información, la elaboración cognitiva, el recuerdo del contenido dado, las creencias y las intenciones de comportamiento (Rollins et al., 2020).

1.2.3. El trabajo en equipo

El trabajo en equipo ha sido objeto de abundante investigación y es objeto de pros y contras (Riebe, Girardi, y Whitsed, 2016). La integración de las perspectivas constructivista-colaborativa considera que el conocimiento se construye a partir del proceso de formación individual activa y del proceso de inculturación a través de la interacción social, poniendo énfasis en la importancia de la participación de los estudiantes en las actividades de su propio aprendizaje (Supena, Darmuki y Hariyadi, 2021). Este aprendizaje colaborativo ejerce un efecto positivo no solo en el grupo sino también en el rendimiento del individuo (Guinaliu-Blasco, Hernández-Ortega y Franco, 2019).

Por otro lado, la puesta en práctica organizativa y la valoración del trabajo final realizado por el grupo, en la que puede perderse la contribución individual, son los mayores problemas a los que se enfrenta esta forma de docencia (Leask y Carroll, 2013). Entre las técnicas para crear un entorno inclusivo y un ambiente participativo, Leask y Carroll (2013) destacan: plantear un problema complejo al grupo, crear roles, establecer una igualdad entre los estudiantes, usar verbos colaborativos, pedir al grupo que aprovechen las habilidades de todos y cada uno de sus componentes, establecer una evaluación tanto del proceso como del producto final.

Las empresas demandan desde hace años que los estudiantes desarrollen habilidades de trabajo en equipo. De ahí que este formato docente esté muy implementado en el ámbito de la enseñanza del Marketing. En los estudios de Vallet-Bellmunt, Rivera Torres, y Vallet-Bellmunt, (2017) y de Guinaliu-Blasco, Hernández-Ortega y Franco (2019) se ha evidenciado la influencia positiva del aprendizaje en grupo sobre el resultado perseguido y el rendimiento del estudiante.

1.2.4. La creatividad

Aunque la creatividad ha ido ganando protagonismo en el ámbito académico, habitualmente en el aula queda en un segundo plano (Ellis, 2016). Los profesores suelen utilizar técnicas más teóricas de instrucción con el fin de conseguir ciertos estándares de conocimiento entre sus alumnos (Hidayati et al., 2019). Sin embargo, las competencias demandadas a nivel social y profesional, están enfocadas hacia cuestiones más allá del conocimiento. Supena, Darmuki y Hariyadi (2021) señalan la alfabetización digital, el pensamiento incisivo, la comunicación, la alta productividad y la posesión de valores espirituales y morales como las competencias del siglo XXI. Brown (2015) por su parte, considera que estas competencias se encuentran en las formas de pensar (conocimiento, pensamiento crítico y creativo), de aprender (alfabetización y *softskills*) y de aprender con otros (responsabilidades personales, sociales y cívicas).

Diversos estudios indican que una enseñanza que plantea la resolución de problemas utilizando la creatividad, mejora las habilidades de pensamiento crítico, pensamiento creativo, comunicación y colaboración, -las denominadas 4C- (Supena, Darmuki y Hariyadi, 2021). Los estudiantes que piensan críticamente son más capaces de identificar, evaluar y construir argumentos, y a través de los principios de aprendizaje creativo, se facilita el acto metacognitivo de aprender y resolver problemas. Al incluir la creatividad en la planificación docente, se puede obtener un aprendizaje que facilita las conexiones entre diferentes disciplinas (Ellis, 2016).

2. OBJETIVOS

El objetivo de esta investigación es testar un modelo de innovación docente en el que el objetivo docente es distinto al objetivo de aprendizaje percibido por el estudiante, utilizando herramientas que inciden en el trabajo en equipo, la creatividad y la colaboración entre iguales.

3. METODOLOGÍA

Con el fin de testar el modelo de innovación docente se diseña un taller sobre concienciación de los riesgos de las apuestas y el juego de azar online dirigido a adolescentes. Dado que los centros educativos son los lugares más apropiados para realizar aprendizajes de este tipo (Allami et al., 2018), se realizan cuatro talleres de treinta alumnos de 14 a 16 años (3º y 4º de la ESO) en su propio centro educativo (de tipo concertado) de Madrid, España. Los estudiantes se dividieron en grupos de seis, liderados cada uno de ellos por un estudiante universitario con una diferencia de edad entre dos y cinco años y por tanto considerados como iguales. Participaron también cuatro profesores de secundaria y cinco universitarios en la organización del evento y el diseño del taller respectivamente, pero sin intervenir en el desarrollo en el aula de los mismos.

El objetivo del taller para los estudiantes se presentó como "realizar una campaña publicitaria sobre el juego online". Dentro de las actividades de marketing, el diseño de campañas publicitarias supone la realización de un proyecto con etapas definidas, en el que se necesita contar con información relacionada con los individuos a los que se va a dirigir la campaña, así como sobre el tema objeto de la misma (Guinaliu-Blasco, Hernández-Ortega y Franco, 2019); en este caso, los juegos de azar online. Por lo tanto, para enfrentarse a esta tarea, los estudiantes necesitan pedir información a su coordinador (estudiante universitario). Entre los materiales utilizados, además de los datos sobre formas de juego, captación, errores comunes o consecuencias de las adicciones, se utilizaron dos videos, uno de un testimonio de joven adicto al juego y otro musical tipo rap, que acercó a los alumnos al contexto utilizando códigos de comunicación afines. El formato final del proyecto consistía en un cartel

compuesto por una imagen y un mensaje. Debían después presentar su cartel a los compañeros defendiendo su propuesta.

El objetivo del taller para los profesores de la presente investigación era dar información sobre la realidad del juego, contrarrestando falsas creencias. Para ello se utilizó el debate como forma base de intercambio de información y con el fin de que los estudiantes pudieran exteriorizar sus planteamientos y dudas, siempre con el trasfondo de realizar una actividad creativa de marketing. Algunas preguntas que el conductor planteó para identificar al público objetivo del cartel así como para definir los mensajes a incluir en la campaña fueron: dónde creéis que se hacen apuestas, qué se apuesta, cómo son los jóvenes que juegan, cómo son vuestros amigos o conocidos que apuestan, cuándo comienzan a apostar, qué buscan apostando, por qué creéis que está prohibido apostar antes de los 18 años, por qué creéis que hay sitios específicos para jugar, pensáis que puede ser peligroso apostar, qué le pasa a la gente que se engancha al juego ¿y a su entorno?, después de los datos que hemos visto ¿qué te tendrían que decir a ti para que de verdad pensaras que hacer apuestas online no es bueno?

4. RESULTADOS

Con el fin de no intervenir en el taller (para evitar tensar una relación que se estableció de forma fluida desde el primer momento), se realizaron *focus groups* con los estudiantes universitarios al finalizar cada trabajo en grupo. Adicionalmente, a través de la observación se constataron los resultados que se detallan a continuación.

En primer lugar, se obtuvo una alta implicación y entusiasmo de todos los participantes, tanto de los profesores como de los estudiantes de secundaria y universitarios. Los profesores de secundaria manifestaron su acuerdo con la realización del taller debido a un creciente interés en el tema en la comunidad educativa. Los estudiantes universitarios se sintieron comprometidos con el proyecto desde el primer día. Varios de ellos conocían casos muy cercanos de adicción y estaban muy sensibilizados con el tema. En cuanto a los estudiantes de secundaria, se mostraron muy participativos desde el primer momento, en especial los

alumnos más jóvenes de 3º de la ESO. Cuando el coordinador (estudiante universitario) aplicó las etapas de aprendizaje, los estudiantes se animaron a construir su propio conocimiento en base a los materiales vistos y debatidos. La realización de un proyecto de campaña publicitaria, con sus correspondientes etapas y pasos, obligó a los estudiantes a centrarse en la tarea y demandar activamente de los coordinadores la información para poder cumplirla. La fijación de un objetivo de trabajo como es crear una imagen y buscar un mensaje que la apoye, les obligó a pensar de manera crítica a través de toda la información recibida, en línea al estudio de Hidayati et al. (2019). El pensamiento crítico les ayudó a crear y vincular los conocimientos aprendidos a su experiencia en la vida real, lo cual intensificó su creatividad (Supena, Darmuki y Hariyadi, 2021). Adicionalmente, al estar trabajando en equipo, esta construcción conceptual se realizó de manera colaborativa, lo cual, según diversos estudios, aumenta el impacto del rendimiento y el aprendizaje individual (Leask y Carroll, 2013; Vallet-Bellmunt, Rivera Torres, y Vallet-Bellmunt, 2017; Guinaliu-Blasco, Hernández-Ortega y Franco, 2019).

La tutorización entre iguales resultó clave para el establecimiento de un clima receptivo y de intercambio. Gracias a ello, los estudiantes de secundaria se expresaron libremente y dieron rienda suelta a sus ideas preconcebidas, facilitando que el coordinador pudiera contrarrestarlas a través de datos. Se observó que el debate fue más enriquecedor en los grupos coordinados por los alumnos más mayores, debido seguramente a su mayor experiencia vital y una mayor seguridad en sí mismos.

Finalmente, como cierre de su trabajo, debían explicar por qué su opción era la que mejor llegaría a los estudiantes, debiendo extraer conclusiones de lo aprendido. Esta actividad permitió hacer una recapitulación una vez superada la fase más creativa de la actividad, retomando la profundidad de los conocimientos tratados. Cada una de las presentaciones se cerró con un aplauso de los compañeros participantes en el taller.

5. CONCLUSIONES Y DISCUSIÓN

Si bien es cierto que en España el número de adolescentes que juegan online (25%) no es tan elevado como el de otros países (p.e. más del 50% en Canadá y Estados Unidos), lo cierto es que la velocidad a la que aumenta su penetración anual y con ella el número de adictos, está poniendo el foco sobre esta problemática. De hecho, a lo largo del proceso de diseño e implementación de esta investigación, se ha detectado la necesidad entre el profesorado de educación secundaria de realizar estos talleres debido a una creciente preocupación por este problema en la comunidad educativa.

El mayor número de jóvenes adictos se encuentra entre los 18 y los 25 años (4,5% del total de estos jóvenes en España). De ahí que parece necesario realizar acciones de prevención a edades más tempranas. En concreto en esta investigación se han seleccionado estudiantes entre 14 y 16 años.

El modelo testado en este estudio tiene por objeto subsanar algunas lagunas observadas en la literatura relacionados con los programas psicoeducativos en marcha (fuera de España). Según indican algunos estudios (Keen, Anjoul y Blaszczynski, 2019), se está produciendo un aumento de conocimiento, pero no un cambio de conducta, dado que un contenido centrado totalmente en la concienciación sobre los riesgos o peligros del juego podría no tener efecto con el público joven, al cual de hecho, todos los temas relacionados con el riesgo y el peligro pueden resultarles atractivos (García Ruíz, Buil Gazol y Solé Moratilla, 2016).

A través de la realización de cuatro talleres de prevención de la adicción al juego en menores en los que intervinieron 120 estudiantes entre 14 y 16 años, 10 estudiantes universitarios, 4 profesores de educación secundaria y 5 profesores universitarios, se constató que el proceso de aprendizaje implementado en el modelo se desarrolló eficazmente.

Los resultados observados son de dos tipos. En relación a la metodología, el uso de una práctica (hacer una campaña de publicidad) no directamente relacionada con los objetivos docentes (concienciar sobre los peligros del juego online), permitió tener un hilo conductor de los

contenidos eliminando el carácter "moralizante" que los jóvenes asocian a este tipo de contenidos. Adicionalmente, contar con los estudiantes universitarios para realizar la coordinación de cada uno de los grupos, permitió una mayor apertura de los jóvenes que dialogaron distendidamente sobre los hábitos del juego y sus riesgos.

En relación a los objetivos docentes de aprendizaje de contenido, se observó tanto durante la discusión en los grupos como en la presentación de las campañas por cada uno de ellos, que los alumnos habían adquirido nuevos conocimientos y los mostraban a través de reflexiones complejas.

Consideramos que dos de las herramientas utilizadas en el modelo para llegar a los adolescentes fueron determinantes: a) la realización de un ejercicio creativo práctico de marketing en que ellos fueran los protagonistas de su aprendizaje y b) la tutorización entre iguales como motor de la receptividad del conocimiento y la discusión.

Aunque estimamos que esta experiencia es extrapolable a otro tipo de contenidos similares (sexualización, consumo de drogas, etc), sería necesario realizar futuras investigaciones en este sentido, así como estudiar el impacto metodológico en diferentes grupos geográficos y socioeconómicos de jóvenes. Entendemos que en áreas de población en las que los estudiantes tienen más contacto y problemas con el juego las reacciones pueden ser distintas, por lo que habrá que valorar cambios metodológicos si fueran necesarios.

Dentro de las limitaciones del modelo empleado, encontramos las ya expresadas por Keen, Anjoul y Blaszczynski (2019) y que se buscará subsanar en una segunda fase del proyecto: es necesario incluir una descripción detallada de cómo se desarrolla el problema del juego en la mente del adolescente, para que así pueda identificarlo y corregirlo. También sería conveniente incluir un apartado para enseñar los conceptos erróneos que se tienen al jugar, y que están relacionados con conceptos matemáticos abstractos, que son complejos y difíciles de enseñar (García Ruíz, Buil Gazol y Solé Moratilla, 2016; Keen, Anjoul y Blaszczynski 2019). En una segunda fase se realizará una evaluación de los

conocimientos adquiridos mediante la valoración del recuerdo de los mismos tras el transcurso del tiempo (Ellis, 2016).

7. AGRADECIMIENTOS

Esta investigación se ha realizado dentro de la convocatoria de los Proyectos de Aprendizaje y Servicio de la Universidad Complutense de Madrid (UCM), con el respaldo de la Unidad de apoyo a la diversidad e inclusión de la UCM.

Este artículo ha sido financiado por la Comunidad de Madrid a través del Convenio Plurianual con la Universidad Complutense de Madrid en su línea Programa de Excelencia para el profesorado universitario, en el marco del V PRICIT (V Plan Regional de Investigación Científica e Innovación Tecnológica).

8. REFERENCIAS

Allami, Y., Vitaro, F., Brendgen, M., Carbonneau, R., y Tremblay, R. E. (2018). Identifying at-risk profiles and protective factors for problem gambling: A longitudinal study across adolescence and early adulthood. Psychology of Addictive Behaviors, 32(3), 373.

Brown, B. (2015). Twenty First Century Skills: A Bermuda College. Twenty First Century Skil, 58-64.

Cohen, L., Baer, N., Satterwhite, P., y Wurzbach, M. E. (1994). Developing effective coalitions: an eight step guide. Contra Costa County Health Services Department, Prevention Program.

Dirección General de Ordenación del Juego (2020): "Informe sobre el sector del juego online". Ministerio de Consumo.

Ellis, V. A. (2016). Introducing the creative learning principles: instructional tasks used to promote rhizomatic learning through creativity. The Clearing House: A Journal of Educational Strategies, Issues and Ideas, 89(4-5), 125-134.

Ennis, R. H. (2011). The nature of critical thinking: An outline of critical thinking dispositions and abilities. University of Illinois, 2(4), 1-8.

García Ruíz, P., Buil Gazol, M. P., y Solé Moratilla, M. J. (2016). Consumos de riesgo: menores y juegos de azar online. El problema del "juego responsable". Política y sociedad, 53(2),551-575.

Guinaliu-Blasco, M., Hernández-Ortega, B., & Franco, J. L. (2019). The effect of cognitive absorption on marketing learning performance. Spanish Journal of Marketing-ESIC, 23(2), 249-271.

Hidayati, N., Zubaidah, S., Suarsini, E., & Praherdhiono, H. (2019). Examining the relationship between creativity and critical thinking through integrated problem-based learning and digital mind maps. Universal Journal of Education Research, 7(9A), 171-179.

Keen, B., Anjoul, F., y Blaszczynski, A. (2019). How learning misconceptions can improve outcomes and youth engagement with gambling education programs. Journal of Behavioral Addictions, 8(3), 372-383.

Leask, B., & Carroll, J. (2013). Good practice principles in practice: Teaching across cultures. G. principles, 1-31.

Lozano, J. M. G., y Rodríguez, F. M. M. (2022). Systematic Review: Preventive Intervention to Curb the Youth Online Gambling Problem. Sustainability, 14(11), 6402.

Parham, B. R., Robertson, C., Lever, N., Hoover, S., Palmer, T., Lee, P., y Prout, J. (2019). Enhancing the relevance and effectiveness of a youth gambling prevention program for urban, minority youth: a pilot study of maryland smart choices. Journal of Gambling Studies, 35(4), 1249-1267.

Riebe, L., Girardi, A., & Whitsed, C. (2016). A systematic literature review of teamwork pedagogy in higher education. Small Group Research, 47(6), 619-664.

Rollins, B., Huh, J., Bhutada, N., & Perri, M. (2020). Effects of endorser type and testimonials in direct-to-consumer prescription drug advertising (DTCA). International Journal of Pharmaceutical and Healthcare Marketing.

Shead, N. W., Walsh, K., Taylor, A., Derevensky, J. L., & Gupta, R. (2011). Youth gambling prevention: Can public service announcements featuring celebrity spokespersons be effective?. International Journal of Mental Health and Addiction, 9(2), 165-179.

Supena, I., Darmuki, A., y Hariyadi, A. (2021). The Influence of 4C (Constructive, Critical, Creativity, Collaborative) Learning Model on Students' Learning Outcomes. International Journal of Instruction, 14(3), 873-892.

Vallet-Bellmunt, T., Rivera Torres, P., y Vallet-Bellmunt, I. (2017). Aprendizaje cooperativo, aprendizaje percibido y rendimiento académico en la enseñanza del marketing. *Educación XXI.* 20.1, 2017, pp. 277-297.