

Creación de videos para el desarrollo de competencias gramaticales

Creation of videos for the development of grammar competences

SIFUENTES BLAS

RESUMEN

El objetivo principal de esta investigación ha sido demostrar que la creación de videos ayuda al desarrollo de competencias gramaticales en los estudiantes del Servicio Nacional de Adiestramiento en Trabajo Industrial (Senati) en Lima. La hipótesis que se planteó fue: la creación de videos cortos mejora el desarrollo de competencias gramaticales en los estudiantes. El diseño metodológico aplicado fue de tipo cuasiexperimental, enfoque cuantitativo de tipo tecnológico y muestreo probabilístico aleatorio simple. La población fue configurada por ciento veinte estudiantes de la misma especialidad: una muestra de treinta alumnos para el grupo de control y treinta, para el grupo experimental. Los resultados han sido satisfactorios, ya que después de tomar un test de veinte preguntas tanto al grupo de control y experimental, se ha obtenido un 86% del experimental sobre el 0% del grupo de control. La conclusión general ha sido el siguiente: cuando los estudiantes producen sus propios videos, entienden y usan mejor las categorías gramaticales.

Palabras clave: Creación de video, competencias gramaticales, categorías gramaticales, Senati.

ABSTRACT

The main objective of this research has been to demonstrate that the creation of videos helps the development of grammatical skills in students of the National Industrial Work Training Service (Senati) in Lima. The hypothesis that was raised was: the creation of short videos improves the development of grammatical skills in students. The methodological design applied was quasi-experimental, quantitative technological approach and simple random probabilistic sampling. The population was configured as one hundred and twenty students of the same specialty: a sample of thirty students for the control group and thirty for the experimental group. The results have been satisfactory, since after taking a test of twenty questions to both the control and experimental groups, 86% of the experimental group was obtained compared to 0% of the control group. The general conclusion has been the following: when students produce their own videos, they understand and use grammatical categories better.

Keywords: Video creation, grammar skills, grammatical categories, Senati.

INTRODUCCIÓN

Se ha observado que hay dificultades en el uso y reconocimiento de las categorías gramaticales en los hablantes hispanos y, en particular, en el curso de gramática española en los alumnos del primer ciclo del instituto superior Senati en el año 2021. El problema radica en el reconocimiento y el uso de las categorías gramaticales. Es necesario conocer las diferencias entre estas categorías para saber cuál de estas admite un género o número y decidir si lo correcto es “Ella está media cansada” o “Ella está medio cansada”. El problema se extiende desde el nivel básico hasta el nivel superior, ya que “la gran mayoría de ellos carece de capacidad crítica” (Fernández, et al., 2018, p. 63) y esto afecta

a la comunicación interpersonal en las empresas y otros ámbitos.

En España, Aznar et al. (2019), han analizado el efecto de los videos del YouTube en los espectadores. Mostraron cómo los videos de larga duración también son muy llamativos en el público infantil. Llegaron a entender que los que consumen estos videos carentes de contenido académico son actores pasivos cognitivamente. Pero este trabajo he demostrado que se puede usar de manera satisfactoria en lo académico si es guiado. En un estudio realizado en Colombia, Laguado (2018), usando el aplicativo llamado WebQuest, ayudó a los estudiantes a reconocer la mayor cantidad de palabras y tuvo buen resultado en la dimensión sintáctica.

Por otro lado, Osorio et al. (2021) han trabajado en cuáles son las características de los videos en YouTube que gustan más al público: entre ellas está la corta duración, la resolución, el lenguaje que emplea, etc. Los videos más vistos son de corta duración: de entre 39 segundos y unos 5 minutos. Esto nos ayudó a establecer el tiempo de duración en la creación de videos. Zabalza et al. (2019), en España, han explicado que en las universidades están dando frutos el ayudarse con los videos cortos. Manifiestan que el estudiante se involucra y se motiva con este recurso, puesto que se enganchan más, porque son personas que viven entre la tecnología y la educación. Kryvoviaz (2019) ha complementado muy bien al explicar que el uso de videos cortos ayuda a entender las conjugaciones verbales, es decir, el aspecto morfológico.

Medina y Malo (2020) han realizado un trabajo descriptivo con la finalidad de conocer las opiniones de los alumnos y los profesores sobre cómo aprenden al ver los videos en YouTube en el curso de inglés en un colegio de Lima en la parte sintáctica. La que más se acerca a este enfoque es Navarrete (2020), quien ha propuesto la grabación de videos para el aprendizaje del español de parte de los extranjeros y se observa coincidencias con esta investigación en la parte sintáctica. En este trabajo, se ha esbozado el motivo del éxito que arroja tres razones: la repetición de las tomas mejora la memoria; las hormonas como la melatonina, la dopamina, etc. son las responsables de irrigar la mente al entender, por ello, la fijación de la memoria y, finalmente, la empatía (porque el video está hecho para otros) consolida el conocimiento.

El objetivo principal es demostrar que la creación de videos cortos ayuda significativamente al desarrollo de competencias gramaticales en los estudiantes de dicha institución. Los objetivos específicos son los siguientes: Evaluar cómo crear videos cortos mejora significativamente el conocimiento léxico. Analizar en qué medida la creación de videos cortos mejora significativamente el conocimiento morfológico. Medir cuánto mejora el nivel de comprensión de conocimiento sintáctico al producir sus propios videos. La importancia de esta investigación radica en que aporta conocimientos sobre la problemática en

el aprendizaje de la gramática del español y plantea soluciones creando videos cortos para explicar algún tema propuesto en clase. También se puede aplicar en otros cursos, otros temas y en diversos niveles educativos.

El enfoque fue cuantitativo; nivel, explicativo; el diseño, experimental; modelo, cuasi experimental. La población fue de ciento veinte estudiantes de cuatros salones de la especialidad de Administración de Empresas ya establecidos en el año 2021. El muestreo ha sido probabilístico aleatorio simple. La muestra fue de sesenta individuos: treinta alumnos para el grupo de control y treinta, para el grupo experimental. Se han usado fichas autoaplicadas para rodar el video y un cuestionario de veinte preguntas pretest (luego de su autoestudio, antes de aplicar el video) y posttest (luego de emplear la creación del video) para comprobar la eficacia de la aplicación en el grupo experimental; para el grupo de control, se usó el cuestionario: se empleó el pretest luego de su autoestudio y el posttest luego de una clase modelo. Se han trabajado las dimensiones léxica, morfológica y sintáctica.

RESULTADOS

Grupo experimental: En relación al pretest, en la Tabla 1, se observa que el 6,67% de los estudiantes del grupo experimental lograron un nivel alto en cuanto al conocimiento de la categoría gramatical; el 90% de los estudiantes consiguieron un nivel medio y el 3,33% un nivel bajo en esta variable. Asimismo, el posttest señala que el 86,67% de los alumnos calificaron con un nivel alto del conocimiento de la categoría gramatical; el 13,33% de los estudiantes con nivel medio y ninguno tuvo un nivel bajo.

Tabla 1. Resultados para el objetivo general

	Grupo experimental		Grupo de control	
	pretest	posttest	pretest	posttest
Alto	7%	86%	0%	0%
Medio	90%	13%	80%	90%
Bajo	3%	0%	20%	10%

Nota: Resultados para el objetivo general

Grupo de control: En la Tabla 1, en relación al pretest, ningún alumno (0,00%) obtuvo un nivel alto en cuanto al conocimiento de la categoría gramatical; el 90% consiguió un nivel medio y el 10%, un nivel bajo en esta variable.

Dimensión léxica

Grupo experimental: Respecto a la "dimensión léxica", en la Tabla 2 se muestra que, según el pretest aplicado, hay 14 estudiantes (46,67%) cuyo nivel de conocimiento léxico es medio, además de 10 estudiantes (33,33%) con nivel bajo. En contraste, estos valores cambiaron

según los resultados conseguidos producto de la aplicación del posttest donde se evidencia que hay 27

de ellos (90%) cuyo nivel es alto y sólo 3 estudiantes (10%) tienen nivel medio.

Tabla 2. Resultados para los objetivos específicos

Grupo experimental		Pretest			Posttest		
		alto	medio	bajo	alto	medio	bajo
	D. léxica	20%	46%	33%	90%	10%	0%
	D. morfológica	7%	63%	30%	80%	20%	0%
	D. sintáctica	33%	60%	6%	53%	46%	0%
Grupo de control		Pretest			Posttest		
		alto	medio	bajo	alto	medio	bajo
	D. léxica	0%	70%	30%	20%	46%	33%
	D. morfológica	0%	23%	76%	0%	40%	60%
	D. sintáctica	3%	70%	26%	3%	80%	16%

Nota: Resultados para los objetivos específicos y las dimensiones léxica, morfológica y sintáctica. El nivel alto se ha trabajado de 18 a 20; medio, de 15 a 17; bajo, de 0 a 14.

Grupo de control: Referente a la “dimensión léxica”, se detalla que según el pretest realizado existe un 70% de estudiantes cuyo nivel de conocimiento léxico es medio; un 30%, nivel bajo y ninguno con nivel alto. Sin embargo, estos números porcentuales se diferenciaron en base a los valores determinados debido a la aplicación del posttest en el cual se muestra que hay un 20% de alumnos con nivel alto y sólo un 46,67% con nivel medio.

Dimensión morfológica

Grupo experimental: En cuanto a la dimensión morfológica, se observa (Tabla 2) por un lado que, en el pretest, el 63,33% de los estudiantes que rindieron la prueba posee un nivel de conocimiento morfológico medio y sólo el 30%, un nivel bajo. En cambio, en el posttest el resultado de estas ratios varió y se muestra que un 80% logró un nivel alto en relación al conocimiento morfológico y, lo restante, 20% obtuvieron un nivel medio. No hubo ningún alumno con nivel bajo.

Grupo de control: Referente al pretest, por un lado, se indica claramente que el 23,33% que rindió el examen logró un nivel medio en cuanto a sus conocimientos morfológicos. Por otro lado, el 76,67% alcanzó el nivel bajo y ninguno de este grupo logró un nivel alto. En adición, en el posttest, el 40% logró un nivel medio en relación al conocimiento morfológico; el 60% calificó un nivel bajo y 0,00% nivel alto.

Dimensión sintáctica

Grupo experimental: En el caso del pretest, en el grupo experimental, el 33,33% de logró un nivel alto respecto al conocimiento sintáctico; además, el 60% consiguió un nivel medio y el 6,67% un nivel bajo. En contraste, en a los resultados del posttest, se muestra que el 53,33% calificó con nivel alto del conocimiento sintáctico; el 46,67% calificaron con nivel medio y ninguno obtuvo un nivel bajo.

Grupo de control: El pretest aplicado al grupo de control arrojó que el 3,33% de los estudiantes lograron un nivel alto en el conocimiento sintáctico; el 70% consiguió un

nivel medio y el 26,67% un nivel bajo. Además, el posttest empleado para este mismo grupo de control indica que el 3,33% de los estudiantes calificaron con el mismo nivel alto del conocimiento sintáctico; el 80% de los estudiantes lograron un nivel medio y el 16,67% calificaron con nivel bajo.

DISCUSIÓN

A partir de los hallazgos, se acepta la hipótesis general planteada que establece que la creación de videos cortos ayuda significativamente al desarrollo de competencias gramaticales en los estudiantes de SENATI de Lima en el año 2021. El objetivo principal fue demostrar que la creación de videos cortos para YouTube ayuda significativamente al desarrollo de competencias gramaticales. Estos resultados apoyan tanto las hipótesis como los objetivos planteados y guardan relación con lo que sostienen Medina y Malo (2020), Laguado (2018), Osorio, et al. (2021) y Kryvoviaz (2019) que el uso de los videos es adecuado en el aprendizaje. Y esta investigación añade que el crear sus propios videos mejora el aprendizaje.

Aznar et al. (2019) mostraron cómo los videos de larga duración son muy llamativos en el público infantil. Llegaron a entender que los que ven videos, a pesar de ser educativos, son actores pasivos. Ya que son creados con fines comerciales. Pero nuestros resultados y de otros investigadores evidencian que hay una mejora, eso es porque hay una conversación crítica con el video. Enfatizar en una actividad que implique mostrar un resultado como crear un video genera mayor retención del conocimiento si se usa adecuadamente. En la primera hipótesis específica, se planteó que la creación de videos cortos mejora el conocimiento léxico. Concordamos con Laguado (2018) quien centró su investigación en el uso de un aplicativo llamado WebQuest, una herramienta que sirve para buscar información a partir de un tema planteado para reconocer las palabras; esto va de acorde con el conocimiento léxico que se planteó en esta investigación que hay una mejora considerable en nuestros estudiantes. Han obtenido buenos resultados, ya que no necesita esfuerzo analítico, sino solo memorístico.

Además, Osorio, et al. (2021) hallaron que los videos más vistos tienen dos características fundamentales: el tiempo de duración y el tema. Los videos más vistos son de corta duración de entre 39 segundos y unos 5 minutos, los cuales interiorizan mejor. Coincidimos en que ayudan considerablemente los videos cortos, aunque ellos no trabajan en la creación, sino en el uso de videos ya creados. Zabalza et al. (2019) tuvieron como objetivo evidenciar cómo el uso de videos cortos entre 8 y 10 minutos prospera el aprendizaje de los estudiantes. Además, hay una coincidencia muy marcada con Kryvoviaz (2019) quien trabajó en el reconocimiento de los tiempos verbales, es decir, en la forma de las palabras. El resultado que se obtuvo también concuerda en el sentido de que ayuda en la comprensión de la gramática en la dimensión morfológica. Esto merece mayor análisis y comprensión lógica en la forma y concordancia de los morfemas.

En la hipótesis específica tres, se estableció que la creación de videos cortos mejora la comprensión sintáctica de los estudiantes. Hubo una similitud de resultados con Navarrete (2020) quien trabajó en cómo la creación de videos de parte de los estudiantes extranjeros que aprenden el idioma español ayuda en la sintaxis, en la manera de hablar y concatenar ideas. Coincidimos con ella, aunque no trabaja mucho en la parte teórica ni da las razones de por qué aprenden más. Su propuesta no es crear contenido o conocimiento, sino registrar la realidad de una conversación mediante el video. En este trabajo, se ha conseguido un progreso en el reconocimiento sintáctico de las categorías gramaticales. Sin embargo, hay una reducción considerable en el resultado, puesto que es más complejo unir las coincidencias gramaticales entre una palabra y otras. Esa es la razón de que existan los correctores de estilos incluso en el nivel de posgrado, una dificultad patente para englobar ideas.

CONCLUSIONES

En conclusión, los resultados evidenciaron que la creación de videos cortos ayuda significativamente al desarrollo de competencias gramaticales tal como se planteó en la hipótesis. Esto se nota en la fluidez al explicar los temas en el video y la eficacia en las respuestas a las preguntas. Se ha obtenido un resultado óptimo, ya que el postest arrojó un 86% en nivel alto, 13% en nivel medio y 0% nivel bajo del grupo experimental frente al 0% en nivel alto, 90% en nivel medio y 10% de nivel bajo en el grupo de control.

Se concluye que la creación de videos cortos para YouTube mejora el conocimiento léxico de los estudiantes. Luego de evaluar tanto al grupo de control y al experimental, se obtuvo un 90% en nivel alto y 10% en nivel medio del experimental frente al 20% en nivel alto; 46% en nivel medio y 33% en nivel bajo del grupo de control.

El análisis de los resultados sostiene que, al crear sus propios videos, han mejorado el nivel de comprensión morfológica de las categorías gramaticales. Se ha obtenido un 80% en nivel alto y 20% en nivel medio del

grupo experimental frente al 0% en nivel alto y 40% en nivel medio.

Las evidencias respaldan que luego de aplicar la creación del video, se ha logrado medir que el conocimiento sintáctico ha mejorado un 53% en nivel alto y 46% en nivel medio del grupo experimental sobre el 3% en nivel alto y 80% en nivel medio del grupo de control.

FUENTES DE INFORMACIÓN

Aznar, I., Trujillo, J., Romero, J. y Campos, M. (2019). Generación Niños Youtubers: análisis de los canales YouTube de los nuevos fenómenos infantiles. *Revista de Medios y Educación*, pp. 56, 113-128. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7047548>

Fernández, A., Lazkano, I. y Eguskiza, L. (2018). *Nativos digitales: Consumo, creación y difusión de contenidos audiovisuales online*. [Archivo PDF]. <https://www.semanticscholar.org/paper/Nativos-digitales%3A-Consumo%2C-creaci%C3%B3n-y-difusi%C3%B3n-de-Fern%C3%A1ndez-de-Arroyabe-Olaortua-Lazkano-Arrillaga/57bf6759baa04cdebf00051aad5768353ca9039e>

Kryvoviaz, K. (2019). Uso de aplicación móvil de realidad aumentada Metaverse para mejorar la comprensión de tiempos gramaticales del idioma inglés de los alumnos de un instituto privado de Lima en el año 2019. Repositorio académico USMP: https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/6813/kryvoviaz_k.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Laguado, J. (2018). Diseño de una WebQuest para la enseñanza de categorías gramaticales en estudiantes universitarios. *Semantic Scholar*: <https://repositorio.uniagustiniana.edu.co/handle/123456789/726>

Medina, C. y Malo, J. (2020). *Estudio descriptivo de la percepción de los actores educativos sobre el uso del YouTube para el aprendizaje del idioma inglés en dos instituciones educativas de Lima-Perú* [Tesis de Licenciatura, Universidad San Ignacio de Loyola]. https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/USIL_76a658279073fc8db5cf4c758b8ade87/Description

Navarrete, A. (2020). *Elaboración de videos como herramienta virtual para mejorar la habilidad de expresión oral en estudiantes extranjeros*. [Tesis de Osorio, C., Rodríguez, A. y Moreno, F. (2021). Efectos de las características de videos en YouTube que aumentan su popularidad: un análisis empírico. *Scielo*: <https://doi.org/10.22267/rtend.202102.153>

Zabalza, I., Peña, B., Zalba, B. y Marín, J. (2019). Uso de YouTube como herramienta educativa de apoyo a la docencia en termodinámica e ingeniería térmica. *RuiNet*, Repositorio institucional UPV: <https://riunet.upv.es/handle/10251/128917>