

La Gamificación: una oportunidad para transformar las realidades

Gamification: an opportunity to transform realities

Gonzalo Bengochea

Colegio Universitario de Periodismo.

Correo electrónico: gonzalobengocheacba@gmail.com

Resumen

La Gamificación es un proceso donde entran en juego distintas mecánicas y técnicas propias de la identidad o esencia del diseño de juegos, que tiene como objetivo motivar a los participantes a conseguir propósitos específicos. Hay aspectos que no hacen a una propuesta de Gamificación, en vistas a diseñar una experiencia educativa y formativa. La Gamificación no implica precisamente la creación de un juego, no es un serious game, no es teoría de juegos y tampoco es diseñar fundamentalmente un sistema de recompensas o programas de fidelización.

El juego en educación interpela al educador a problematizar las estrategias de enseñanza, buscando lograr la participación activa de los demás. Entendiendo que lo lúdico no pone el acento en el aprendizaje de contenidos, sino en la promoción de un entorno que estimule a cada estudiante en la construcción de un conocimiento propio cargado de significados personales.

La motivación, en relación a las propuestas de Gamificación, nunca debe minimizarse simplemente a recompensas materiales por comportamientos, teniendo en cuenta que esto va conduciendo a la frustración continua por no conseguirlas. Dicha motivación puede identificarse desde dos tipos: intrínseca, que surge de factores propios de las personas, y extrínseca, que nace por elementos externos a la persona.

El primer elemento que deben considerar en el proceso de diseño de una experiencia de Gamificación, es entender la fuerte similitud con la planificación didáctica de actividades o consignas específicas para diferentes propuestas o proyectos educativos que puede construir un educador. Estos elementos, entre otros (narrativa, dinámicas, mecánicas, elementos, objetivos), aparecen de manera articulada en el diseño de una experiencia de Gamificación.

Palabras claves: Gamificación; Juego; Propuesta de Gamificación; Herramienta de motivación; Experiencia educativa; Claves; Diseño de propuesta

Abstract

Gamification is a process where different mechanics and techniques of the identity or essence of game design come into play, which aims to motivate participants to achieve specific purposes. There are aspects that do not make a Gamification proposal, in order to design an educational and training experience. Gamification does not precisely imply the creation of a game, it is not a serious game, it is not game theory and it is not fundamentally designing a reward system or loyalty programs.

Game in education challenges the educator to problematize teaching strategies, seeking to achieve the active participation of others. Understanding that playfulness does not emphasize learning content, but rather promoting an environment that encourages each student to build their own knowledge loaded with personal meanings.

Motivation, in relation to Gamification proposals, should never be minimized simply to material rewards for behaviors, taking into account that this leads to continuous frustration for not achieving them. Said motivation can be identified from two types: intrinsic, which arises from factors inherent to people, and extrinsic, which arises from elements external to the person.

The first element that should be consider in the process of designing a Gamification experience is to understand the strong similarity with the didactic planning of activities or specific slogans for different educational proposals or projects that an educator can build. These elements, among others (narrative, dynamics, mechanics, elements, objectives), appear in an articulated way in the design of a Gamification experience.

Keywords: : Gamification; Game; Gamification Proposal; Motivation tool; Educational experience; Keys - Proposal design

Fecha de recepción: 28/07/2021

Fecha de aceptación: 29/09/2021

Cita sugerida: Bengochea, G. (2021). La Gamificación una oportunidad para transformar las realidades. Revista Prefacio, 5(7), 69-85.



Esta obra está bajo licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.es_AR

Introducción

Para empezar a desglosar el término de Gamificación, en primer lugar, deben recuperarse una idea rápida de dicha categoría pensado que hace referencia a la recuperación de la mecánica de un juego y la implementa a otros elementos experienciales para aumentar la motivación. Es aquí donde la Gamificación surge como la propuesta que busca promover una adquisición de saberes, competencias o habilidades que han despertado la curiosidad, con una gran carga de intencionalidades, de diferentes empresas e instituciones sociales y educativas.

Quizás una mirada rápida por el concepto les pueda conducir a una asociación con los juegos (y videojuegos), y la idea de la interacción de las personas con los recursos informáticos o tecnológicos. Desde los aportes de Contreras Espinosa (2017), la educación ha profundizado poco en las potencialidades de dicha disciplina. Es desde este punto donde deben comenzar a reconstruir la Gamificación, para luego construir nuestra propia experiencia gamificada.

Los aportes que deben considerar a la hora de pensar en “los juegos”, son aquellos que se han definido como un conjunto de condiciones que se necesitan mutuamente para constituir su esencia lúdica:

- Un accionar por parte de sistemas de control que funcionan de manera voluntaria pero con oposición entre las fuerzas participantes.
- Aparecen procedimientos definidos de antemano y con reglas claras para generar resultados con variantes y de desequilibrio.
- Un sistema para involucrarse en un conflicto ficticio, construido desde normas que son resultado de conclusiones cuantificables.

Para seguir trabajando estas ideas deben hacer “doble clic” en la palabra juego y profundizar en la Gamificación, reconociéndose como un trayecto de superación que va promoviendo experiencia en el juego, generando las condiciones para la realización o resolución de diferentes actividades.

La Gamificación, entonces, permite conseguir propósitos, deseados o no deseados, a través del juego. Vamos ahora con dos ejemplos que pueden ayudar a objetivar estas ideas. Entonces, en la Gamificación entran en juego distintos mecanismos de la esencia del juego para que los participantes alcancen propósitos específicos. Estos aportes aparecen en la experiencia lúdica creada por la empresa Smart y la agencia BBDO quienes lograron, a partir de una idea inteligente y por sobre todo lúdica, convertir a la ciudad en un lugar mejor.

Están invitados a conocer la experiencia: **The Dancing Traffic Light Manikin by smart**. Fuente: smart (2014, Agosto 14) The Dancing Traffic Light Manikin by smart [Video de YouTube] Recuperado de www.youtube.com/watch?v=SB_0vRnkeOk

Así también se reconoce en el accionar de la Gamificación distintas técnicas que se encuentran en los juegos en diferentes contextos para tratar de resolver problemas reales. Un ejemplo de esto lo pueden encontrar en la “escalera de piano”, una invitación a promover el subir las escaleras a pie.

Esta propuesta urbana de Gamificación es una salida del metro en Odenplan (Estocolmo): Piano escalera.

Fuente: Event Management Institute (2011, 5 de diciembre) Marketing de guerrilla - Piano escaleras metro de Estocolmo. Piano stairs.mp4 [Video de YouTube] Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=Q-DbJ4M81eQ>

Desarrollo

Es necesario que puedan prestar atención a una reflexión clave: no todo lo que tiene que ver con el juego es Gamificación. Pueden problematizar desde la recuperación de aquellos aspectos que no hacen a una propuesta de Gamificación, en vistas a diseñar una experiencia educativa y formativa:

- 1) Lo primero que deben entender es que la Gamificación NO implica precisamente la creación de un juego. Es una experiencia que pone en juegos diferentes mecanismos para alcanzar determinados objetivos.
- 2) En segundo lugar, la Gamificación NO es un serious game. Es decir, una propuesta lúdica diseñada para lograr un propósito formativo específico o resolver un problema real. Identificar propuestas en el terreno de la salud o la aviación, pero no apuntan a promover una experiencia más divertida en la adquisición de aprendizaje.
- 3) También deben considerar que la Gamificación NO es teoría de juegos. Dicha teoría busca investigar las tramas y estrategias que hay detrás de la toma de decisiones. “Tiene que ver con los diferentes jugadores en un escenario competitivo donde toman decisiones óptimas, y se aplica principalmente en política, geopolítica, economía” (Rodríguez y Santiago, 2015, p. 12).
- 4) Finalmente es necesario que comprendan que la Gamificación “(...) NO es diseñar fundamentalmente un sistema de recompensas o programas de fidelización. Existen modelos de recompensa pero no son constituidos como el propósito de la experiencia. La interacción lúdica en el juego en sí debe establecerse como la propiedad” (Rodríguez y Santiago, 2015, p. 13).
- 5) NO se busca la construcción de una experiencia que lleve a un constante sistema de recompensa. Si bien pueden identificar diferentes ganancias o premios obtenidos, estas no constituyen el principal objetivo de la propuesta.

En las próximas ideas encontrarán elementos para crear una propuesta de Gamificación enmarcada en entornos educativos. Pero antes, avancen recuperando una experiencia de Gamificación educativa que les permita recuperar las ideas trabajadas hasta el momento.

Esta experiencia denominada “Guerra Social” tuvo lugar en una de mis clases de sociología, con un grupo de estudiantes de nivel superior. Propuse, primero, retomar los principales aportes de tres autores centrales para la materia. Luego, dividí a los estudiantes en diferentes equipos, y cada uno de ellos debía armar su ejército para combatir contra otro equipo. Para atacar al contrincante debían contestar bien una pregunta de múltiple opción teórica desde los autores trabajados, quien tuviera más soldados de pie al finalizar el tiempo, era el ganador. A continuación, les comparto la narrativa construida para introducir la experiencia y un breve video que da cuenta de la implementación.

Narrativa: Guerra Social

<https://view.genial.ly/5fac4cef7adb110cf47c7260/presentation-guerra-social>

Implementación de la Guerra Social

Fuente: Gonzalo Bengochea (2019, 3 de octubre) Juego educativo. Recuperado de <https://www.facebook.com/gonzalo.bengochea.555/videos/175888773540688/>

A la hora de explorar los elementos que constituyen la “Guerra social” que le dan sentido a la propuesta de Gamificación, pueden identificar que:

- La experiencia lúdica establece una estructura que controla desde la oposición de energías de los participantes: **dos equipos con las estructuras claras para enfrentarse contestando preguntas correctamente para poder atacar y derribar al ejército contrario.**

- Pueden percibir en la narrativa que las reglas de funcionamiento derivan en resultados variantes y desequilibrados: **el armado del tablero, las preguntas y los tiempos de contes-tación, la organización del ejército, si contesta bien o mal la pregunta establecerá la opción de atacar.**

- El sistema de la propuesta promueve a los participantes interactuar en la jugabilidad conflictiva ficticia, establecida por las reglas que llegan a cuantificarse: **ganará el equipo que tenga más soldados al finalizar el tiempo.**

- La estructura de reglas lleva a un desequilibrio constante influido por los participantes desde el accionar particular: **cada equipo se esfuerza por contestar bien la consigna. El conocimiento de los contenidos o aspectos teóricos de la materia entran en juego para generar variables en el resultado.**

Si recuperan las ideas sobre lo que no constituye una propuesta de Gamificación, en relación a la “Guerra social” pueden identificar que:

- No es un juego creado, se recuperan mecanismos de otras herramientas lúdicas como preguntas y respuestas con guerra de muñecos.

- No se constituye como un serious game, ya que busca a través de la diversión y el disfrute interactuar con los autores de la materia.

- No es el objetivo principal el sistema de recompensas.

La autora Beatriz Valderrama (2015) expresa que

[Las] técnicas de Gamificación están irrumpiendo con fuerza en las organizaciones con el fin de potenciar la motivación y compromiso. Los ámbitos de uso van desde la innovación, el marketing, la

gestión del talento y el aprendizaje hasta el desarrollo de hábitos saludables y responsables (p. 72).

Ahora van a seguir caminando sobre estas ideas para comenzar a dar los primeros pasos hacia el diseño de su propia experiencia educativa de Gamificación. Se adentrarán en recuperar aquellas características propias de un juego que se hacen presentes en una propuesta de Gamificación, entrando en articulación con los elementos propios de esta disciplina.

Para empezar es necesario que se posicionen en ese lugar de artistas educativos, próximos a crear una propuesta innovadora que busca movilizar con entusiasmo desde el aprendizaje, es necesario que recuperen los beneficios que les va a brindar el juego desde su concepción. Para entender un poco más de sus aportes hagamos “doble clic” en la terminología; la RAE expresa al juego como “(...) hacer algo con alegría con el sólo fin de entretenerse o divertirse” (2020, recuperado de <https://dle.rae.es/juego>).

Pueden comprender entonces el juego como actividad que genera placer a la hora de llevarlo a cabo.

Si dan algunos pasos más desde una profundización teórica, algunos autores como Jesse Schell (2008) pueden reconocer en el juego “una actividad enfocada a resolver problemas, donde los usuarios adquieren una actitud definida como lúdica” (p. 86). Así como también en palabras de Bernard Sutts (2007) entenderán que es “un intento voluntario de los participantes de superar obstáculos”. Por último en los aportes de Chris Crawford (2001) podrán reconocer como “sistemas basados en reglas con objetivos de victoria” (p. 14).

En la educación, el juego interpela al educador a problematizar las estrategias de enseñanza para lograr la participación activa de los demás.

Cabe entender que lo lúdico no pone el acento en el aprendizaje de contenidos, sino en la promoción de un entorno que estimule a cada estudiante en la construcción de un conocimiento propio cargado de significados personales. Así como la guía progresiva hacia aquellos niveles superiores de autonomía y metacognición, en un ambiente colaborativo que le otorga sustento a las diferentes adquisiciones.

Ahora bien, pasando en limpio, van a recuperar aquellas características que constituyen un juego y que son de gran valor para que puedan comenzar a pensar la propuesta de Gamificación educativa y situada:

- El juego es atención a la diversidad.
- El juego nos conduce a acciones placenteras.
- El juego es el escenario de la libertad.
- El juego es ante todo la oposición con la función de lo real.
- El juego es una acción e implica participación activa.
- El juego se encuentra centrado en la ficción.
- El juego descubrimiento es de exploración y experimentación.

Dieron un paso en aquellas características y beneficios que les puede brindar el juego en una experiencia educativa, pero ahora buscarán hacer una pausa para recuperar los complementos que constituyen un juego y que son parte de las experiencias de Gamificación. En el momento de pensar en el armado o análisis de un juego tienen que prestar atención en tres complementos centrales que deberán reconocer:

A la hora de hablar de motivación, en relación a las propuestas de Gamificación, deben ponerse a pensar por un momento por los cambios que atraviesan el mundo y la cultura constantemente, y que esto, al mismo tiempo, traspasan a las personas que habitan, construyendo dicha realidad. Las tecnologías y los medios de comunicación penetran en las diferentes realidades de socialización dejando a las instituciones educativas con un gran desafío para buscar los caminos que sorprendan frente al conocimiento; cuestión que se vuelve más que desafiante con el paso del tiempo.

Pepe Pedraz (2017) expresa que la falta de motivación académica de muchos estudiantes se ha convertido en uno de los factores centrales, que pueden explicar algunas situaciones problemáticas que se están viviendo en la educación. Y es que la desmotivación puede ser una consecuencia de los cambios y transformaciones que ha sufrido la sociedad en los últimos años y que el sistema educativo todavía no ha sido capaz de asumir del todo (p. 32).

Razón por la cual, se vuelven clave las propuestas de Gamificación: un diseño creativo puede dinamizar la actividad de cada clase. Atendiendo que la idea de gamificar en el ámbito educativo busca activar las motivaciones intrínsecas desde la curiosidad, animar la superación y reconocer aquellos logros en el crecimiento formativo.

Para posicionarse sobre la teoría de RAMP, primero deben reconocer que una de las grandes dificultades que atenta contra una propuesta de Gamificación es cuando éstas se diseñan “únicamente promoviendo la dinamización desde motivadores extrínsecos, llevando a que no son más que premios o recompensas materiales que obtienen los alumnos por llevar a cabo un comportamiento requerido o una tarea definida” (Pedraz, 2017, p. 36).

En relación a esto, la motivación estimulada por la propuesta de Gamificación no debería conducir a un reduccionismo sencillo de recompensas objetivas por las acciones, entendiendo que el camino de llegada es la frustración continua por no obtener estas recompensas. Deben comprender de manera colaborativa que, como personas que son, están motivados constantemente, dando cuenta de un considerable esfuerzo, capacidades y compromisos por la propia vida. Retomando a Pedraz (2017), esta motivación puede identificarse desde dos tipos:

Intrínseca: surge de factores propios de las personas.

Extrínseca: nace por elementos externos a la persona.

Detenganse un momento en la motivación intrínseca para comprender qué es la que nos conduce a buscar el desafío o la novedad, ejercitando las propias capacidades para seguir aprendiendo. Es decir, la motivación intrínseca está relacionada con la competencia, la autonomía y la vinculación. Es por esto que la concepción del juego desde una mirada educativa no debe minimizarse a recompensas materiales por comportamientos, sin embargo, sí es necesario el reconocimiento con el fin de distinguir a alguien o un grupo por sus características o comportamientos. Ver figura 1.

El reconocimiento aparece con la oportunidad, teniendo en cuenta en que emanan directamente de las motivaciones intrínsecas (aquellas que nacen de la propia necesidad

de satisfacción personal), centrándose en varios apartados que se unen en un todo conocido como la Teoría RAMP.

Relación: Pertenezco a un grupo de personas, quiero colaborar y cooperar, pero también quiero ser especial y diferente.

Autonomía: Puedo realizar tareas solo, sin ayuda.

Maestría: Me siento hábil y mejoro mis competencias. Puedo seguir creciendo y afrontando nuevos retos.

Propósito: Tengo un propósito, quiero aprender, quiero evolucionar y estoy motivado para ello. Podría interesarte (Pedraz, 2017, p. 37)

Figura 1. Teoría RAMP

<p>RELACIONES</p> <p>Pertenencia-Estatus Conexiones-Compartir</p>	<p>AUTONOMÍA</p> <p>Libertad-Creatividad- Control-Responsabilidad</p>
<p>MAESTRÍA</p> <p>Aprender-Mejorar Desafío-Desarrollo</p>	<p>PROPÓSITO</p> <p>Ayudar-Sentido Fundamento</p>

Fuente: Elaboración propia

Ahora bien, pueden descubrir en la Gamificación una oportunidad única para articular los elementos de la motivación intrínseca de manera significativa:

- Cuando en la teoría de RAMP habla de las **relaciones** o la **vinculación**, deben comprender que son las interacciones entre los estudiantes y es especialmente en la Gamificación donde éstas deben promover la

pertenencia y el estatus como recompensa.

- Si miran la **autonomía**, pueden develar que es entendida como la capacidad que le va a brindar a cada educando la forma de organizarse para participar en el juego y de sentirse que está asumiendo el control en su accionar.

- Algo muy importante es la **competencia o maestría**; va a promover el compromiso y la motivación para alcanzar los objetivos que, al mismo tiempo, deben ser alcanzables, cargados de jugabilidad, proporcionada por los retos o desafíos, y que proporcionarán la sensación de adquisición de aprendizajes y nuevas capacidades.

- La **finalidad o el propósito** es un insumo importante para la experiencia porque le dará sentido a las diferentes acciones que se lleven a cabo. En estas aparece el esfuerzo colaborativo para obtener las recompensas que hasta pueden tener un valor social.

Hasta aquí, pueden discernir que la Gamificación en educación se sustenta en la capacidad de su constitución para estimular la motivación del grupo clase. Trasladando al desarrollo de habilidades y comportamientos concretos en el marco de una experiencia de juego. Entonces hacen una articulación concreta desde la categoría de Gamificación con la idea de experiencia de juego. En palabras de Karl Kapp (2019) la "creación de experiencias educativas desde el uso de dinámicas, mecánicas y elementos de juego" (p. 7). Así como también les lleva a reconocer en la Gamificación "la utilización del pensamiento, esencia, mecánicas y elementos de juego en un ámbito diferente al entrenamiento" (p. 7).

La experiencia de juego significativa que promueve aprendizajes no es la creación de un juego, tampoco es un serious game y, por sobre todo, no se centra en crear un sistema de recompensas. Es una oportunidad para llevar al estudiante a abordar un desafío, para luego encontrar una resolución sin dejar de perder la alegría.

Para empezar a diseñar la experiencia del juego en el marco de una propuesta de Gamificación debemos buscar la forma de promover valor. Un ejemplo de esto sucede en la escuela en Acornhoek, una comunidad rural

del semiárido este de Sudáfrica donde niños y niñas disfrutan con alegría mientras giran en un carrusel.

Esta escena encierra más de lo que se ve a simple vista. A cuarenta metros de profundidad, cada giro del carrusel propulsa una bomba. A 16 vueltas por minuto, se bombea agua sin esfuerzo hasta un tanque contiguo de 2.500 litros, que abastece a toda la comunidad con sólo abrir el grifo".(...)

La idea se le ocurrió primero a un ingeniero y perforador de pozos, Ronnie Stuiwer. Cuando recorría el país perforando pozos, los niños, fascinados, se agolpaban a su alrededor; la mayoría tenía una energía desbordante y muy pocas posibilidades de desfogarse jugando. Ideó un carrusel sujeto a una bomba sencilla, que funcionó. Cada vez que los niños dan vueltas en el carrusel, la bomba conectada a él extrae agua del subsuelo. El prototipo de este atípico dispositivo se expuso durante una feria agrícola celebrada en 1989.

Es aquí donde el juego, en el marco de una experiencia, logra construirse desde un sentido que le otorga valor social. Encontrar estas construcciones cargadas de significados es un verdadero desafío que les debe interpelar en cada proceso de diseño y planificación.

Video 4. The PlayPumps Water System.

Fuente: Playpums (2008, octubre 10) The PlayPumps Water System [Video de YouTube]

Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=cv1V5gV_nRQ

Finalmente, la experiencia del juego en el marco de una propuesta de Gamificación debe llevar a los educandos a lo que se conoce como un Círculo Mágico. En palabras de Rodríguez y Santiago (2015), es aquello que pertenece al juego y es capaz de envolver a los jugadores mediante una serie de reglas que les atrapan. Los propios jugadores aceptan estas reglas y las conforman.

El juego es, por tanto, lo que sucede dentro del Círculo Mágico, el cual puede ser físico, virtual o de ambos tipos (p. 23).

Antes de embarcarse en el diseño una propuesta de Gamificación van a recuperar las palabras de los autores Foncubierta y Rodríguez (2014) cuando expresan que “la incorporación de elementos del juego se dirige a solucionar problemas como la dispersión, la inactividad, la no comprensión o la sensación de dificultad mediante el acto de implicar al alumno” (p. 13).

Desde esta apreciación pueden discernir que los beneficios que promueven las experiencias de Gamificación son valiosas, llevado a un encubrimiento lúdico de los aprendizajes. Sitúa al estudiante en un entorno de alegría, alejado del temor por el error, buscando alcanzar metas y asumiendo cambios resultantes de las diferentes decisiones tomadas.

Si piensan en experiencias gamificadas que recuperen algunos aportes de los videojuegos pueden comprender la capacidad directa de la Gamificación para incorporar elementos del juego que lo vuelven divertido y articularlos desde una adaptación educativa para aplicarlos en el proceso de enseñanza. Esto los lleva a reconocer la Gamificación como “...un proceso que induce motivación en estas actividades y la educación es, debido a esto, un área con un gran potencial para la aplicación de la Gamificación” (Foncubierta y Rodríguez, 2014, p. 9).

En sí, el diseño está vinculado a la construcción de objetivos, narrativa, elementos, mecánicas y dinámicas desde un criterio pedagógico que permita reflexionar sobre la funcionalidad y jugabilidad de las articulaciones internas en el diseño. En una propuesta educativa, la Gamificación promueve una dependencia positiva desde los desafíos que generan la interacción hasta las diferentes

habilidades sociales que entran en acción. Es importante comprender que los retos hacen del aprendizaje una situación participativa de cooperación.

También llevará a los educandos a un proceso de curiosidad experiencial, atravesada por una narrativa que posibilita la construcción de expectativas enfocadas en determinados logros y avances articulados con diversos conocimientos. Otra clave educativa viene relacionada a la posibilidad de protección de la autoimagen desde un avatar o un personaje ficticio, reduciendo un posible sentimiento de vulnerabilidad que suele hacerse presente a la hora de aprender desde el temor.

Finalmente, pueden hablar de dos significativos aportes al campo educativo desde la Gamificación:

- El sentido de competencia desde puntos, resultado o ranking que llevan al educando a hacerse consciente del progreso.

- Y también la autonomía, barras de progreso y logros en un entorno imaginario que no se desprende de una estructura controlada por normas y límites lúdicos de aprendizaje.

Lo primero que deben entender en el proceso de diseño de una experiencia de Gamificación es la fuerte similitud con la planificación didáctica de actividades o consignas específicas para diferentes propuestas o proyectos educativos que puede construir un educador. A la hora de incluir actividades concretas, en el marco de una propuesta más global, se deben considerar cuatro elementos necesarios que permitirán potenciar la autonomía del educando y el acompañamiento significativo del docente.

1) Objetivo de la actividad: Especificar la intención que tiene dicha consigna o actividad. Es una invitación a preguntar ¿Para qué es importante esta actividad? ¿Qué aporte realiza al proceso de formación de los educandos?

- 2) **Consigna:** Detallar exhaustivamente todo lo que el educando tiene que realizar para resolver la actividad.
- 3) **Pautas de presentación:** Aquellos aspectos de formato y estructura que se deben tener en cuenta para presentar o entregar la actividad resuelta.
- 4) **Criterios de evaluación:** Son los horizontes formativos que sostiene el educador y se vuelven en aquellos elementos de la consigna que se debe prestar mayor atención a la hora de resolverla.

Es importante que, así como una consigna de trabajo áulico necesita de un equilibrio entre diferentes elementos, de la misma manera lo van a realizar con las propuestas de Gamificación. Dichos elementos que constituyen la complejidad de una consigna educativa, en una propuesta de Gamificación tienen una traducción de categoría que esconden similitudes en los fundamentos y que irán desglosando a continuación, ver Tabla 1.

Tabla 1. *Actividad VS. Gamificación*

Consigna de actividad	Gamificación
Objetivos	Objetivo
Consigna	Elementos
Pautas de presentación	Mecánicas
Criterios de evaluación	Dinámicas

Fuente: Elaboración propia.

1) **Objetivo:** El primero de los elementos que deben tener a la hora de diseñar una experiencia es el objetivo. Una invitación a indagar y preguntar: ¿qué queremos conseguir? Los objetivos no constituyen un elemento independiente dentro de la experiencia de Gamificación, sino que forman parte muy importante durante el recorrido ya que son el punto de inicio para seleccionar, organizar y conducir las dinámicas y mecánicas introduciendo modificaciones durante el desarrollo de la propuesta lúdica. En este sentido, es necesario definir un objetivo claro antes de comenzar a diseñar la experiencia, determinando la meta de esta. Es el momento de interrogarnos sobre las destrezas que desean promover en los educandos.

En el ejemplo compartido “Un viaje por la creación”, el objetivo se expresa en las primeras cuando se menciona que “El propósito de esta aventura es descubrir las diferentes etapas de la creación del planeta Tierra y como fueron apareciendo todas las especies que habitan el planeta, hasta que el hombre logró llegar a la luna”.

2) **Narrativa:** es aquella que motiva y desafía a la aventura de jugar y participar de la propuesta, conforma uno de los elementos más importantes para el diseño. Aquí tienen el desafío de ambientar la experiencia con una narrativa que disfrace los aprendizajes desde un entorno lúdico y ficticio, donde los estudiantes se sientan cómodos y se motiven a la creación.

Es el momento donde se pondrá en juego un reto específico y claro que los participantes abordarán.

Algunas ideas que pueden ayudar a construir esa narrativa es escribir personajes y entornos. Historia de cada personaje, la trama principal, el mundo, los enemigos, el porqué de cada misión y, sobre todo, su unión con las mecánicas de juego. Una buena idea sería empezar con su héroe o un personaje, no vale con poner cómo se llama, o que es súper fuerte y atractivo.

Hay que definir el carácter: solitario, atormentado, audaz. Su historia de fondo, quién es, qué ha hecho antes de llegar a esa historia, por qué se involucra en la trama. No olvides recuperar el viaje del héroe” (Daniel González, 2018)

3) **Elementos:** es necesario recuperar o establecer aquellos elementos que le van a permitir al estudiante ser parte de la experiencia de Gamificación; acá pueden comenzar a intervenir los juegos de mesas, video juegos, aplicaciones, juegos de movilidad o elementos creados y diseñados para participar en la experiencia.

En el ejemplo, pueden identificar los elementos como aquellas aplicaciones de juego que cada participante tiene que descargar para realizar su propio camino. En total son tres juegos con características particulares, pero que forman parte de la misma experiencia de Gamificación.

4) **Mecánicas y dinámicas:** Es necesario establecer cuáles serán las mecánicas que van a indicar los diferentes pasos a dar en la experiencia. Aquellas normas que van a establecer los límites de comportamiento y las variables que pueden ir surgiendo en la experiencia desde el accionar de los participantes. Así como también, las interacciones desde las dinámicas que se realizarán con los diferentes desafíos a la hora de abordarlos.

Las mecánicas de juego pueden aparecer una vez escrita la narrativa que la deben adaptar a ellas. Si tienen una trama dentro de un templo griego, hay que escribir pensando en la jugabilidad. Acá aparecen las reglas y normas del juego, qué se puede y qué no se puede hacer.

En una propuesta de Gamificación: les aporta la necesidad de encontrar un objeto (misión), resolver un puzzle y explorar una biblioteca (mecánicas de juego), escenarios nuevos y un cambio de ritmo para lanzarnos de lleno a la acción con la lucha contra otro grupo (mecánica de juego), es decir, ¡tienen jugabilidad! (Daniel González, 2018).

Las dinámicas van a establecer las interacciones necesarias para resolver las misiones y los objetivos, qué tienen que hacer, de qué manera lo tienen que hacer para ir resolviendo los desafíos propuestos y qué van a tener en cuenta a la hora de ir avanzando en el juego.

Si se van al ejemplo, reconocen esto cuando se establece el accionar y un límite temporal: “Para este viaje vas a tener que atravesar diferentes desafíos. En el siguiente cuadro vas a encontrar los retos que tengo preparado, así como también vas a encontrar indicaciones y pruebas que tendrás que enviarme para poder demostrar tus avances en el recorrido. Importante: dicho viaje de exploración dura 7 días, vamos a ver ¿hasta dónde eres capaz de llegar?”. Luego, en el cuadro, aparecen todas las indicaciones que constituyen la totalidad de las mecánicas e interacciones para participar de la experiencia.

Conclusiones finales

En definitiva se entiende la Gamificación como un proceso donde entran en juego distintas mecánicas y técnicas propias de la identidad o esencia del diseño de juegos, que tiene como objetivo motivar a los participantes a conseguir propósitos específicos.

Durante el recorrido se problematiza en aquellos aspectos que no hacen a una propuesta de Gamificación, en vistas a diseñar una experiencia educativa y formativa. La Gamificación no implica precisamente la creación de un juego, no es un serious game, no es teoría de juegos y tampoco es diseñar fundamentalmente un sistema de recompensas o programas de fidelización.

El juego en educación interpela al educador a problematizar las estrategias de enseñanza, buscando lograr la participación activa de los demás. Entendiendo que lo lúdico no pone el acento en el aprendizaje de contenidos, sino en la promoción de un entorno que estimule a cada estudiante en la construcción de un conocimiento propio cargado de significados personales. Aquellas características que constituyen un juego y que son de gran valor para comenzar a pensar la propuesta de Gamificación educativa y situada: el juego es atención a la diversidad, es actividad placentera, es reino de la libertad, es oposición con la función de lo real, es una acción e implica participación activa, se encuentra centrado en la ficción, y es descubrimiento de exploración y experimentación.

La motivación, en relación a las propuestas de Gamificación, nunca debe minimizarse simplemente a recompensas materiales por comportamientos, teniendo en cuenta que esto va conduciendo a la frustración continua por no conseguirlas. Deben comprender, de manera colaborativa, que están motivados constantemente, dando cuenta de un considerable esfuerzo, capacidades y compromisos por la propia vida. Dicha motivación puede identificarse desde dos tipos: intrínseca, que surge de factores propios de las personas, y extrínseca, que nace por elementos externos a la persona.

Para empezar a diseñar la experiencia del juego, deben buscar la forma que la Gamificación promueva valor. Es entonces que desde esta apreciación pueden discernir que los beneficios que promueven las

experiencias de Gamificación son valiosas, llevado a un encubrimiento lúdico de los aprendizajes, debe poner al estudiante en un entorno de alegría, alejado del temor por el error, buscando alcanzar metas, asumiendo cambios resultantes de las diferentes decisiones tomadas.

El primer elemento que deben considerar en el proceso de diseño de una experiencia de Gamificación, es entender la fuerte similitud con la planificación didáctica de actividades o consignas específicas para diferentes propuestas o proyectos educativos que puede construir un educador. A la hora de incluir actividades concretas, en el marco de una propuesta más global, se deben considerar cuatro elementos necesarios: objetivo, consigna, pautas de presentación y criterios de evaluación; que permitirán potenciar la autonomía del estudiante y el acompañamiento significativo del docente.

Referencias

- Bengochea, G. (2019, 3 de octubre) *Juego educativo* [Archivo de Video] Recuperado de <https://www.facebook.com/gonzalo.bengochea.555/videos/175888773540688/>
- Contreras Espinosa, R. S. y Eguia, J. L. (2017) *Experiencias de gamificación en aulas*. Institut de la Comunicació. Universitat Autònoma de Barcelona. Barcelona, España. Recuperado de https://ddd.uab.cat/pub/llibres/2018/1881_88/ebook15.pdf

- Crawford, C. (2001) *The Art of Computer Game Design*. Estados Unidos: Kindle.
- Event Management Institute (2011, 5 de diciembre) *Marketing de guerrilla - Piano escaleras metro de Estocolmo. Piano stairs.mp4* [Video de YouTube] Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=Q-DbJ4M81eQ>
- Foncubierta, J. M. y Rodríguez, C. (2014) *La gamificación en educación y su trasfondo pedagógico*. Recuperado de <http://webs.ucm.es/BUCM/revcul/e-learning-innova/187/art2664.pdf>
- González, D. (2018) *Cómo escribir un guion de videojuego*. Gametopia. Recuperado de <https://www.gametopia.es/learning/article/10/2018/52/como-escribir-un-guion-de-videojuego>
- [Imagen sin título sobre Simulador] (S.f.) Recuperado de [https://www.vanguardia.com/binrepository/716x477/0c0/0d0/none/12204/LQHT/simulador_de_indra_VL306069_MG19473617.jpg](https://www.vanguardia.com/bin/repository/716x477/0c0/0d0/none/12204/LQHT/simulador_de_indra_VL306069_MG19473617.jpg)
- Kapp, K. (2019) *Gamificación en educación: guía práctica*. España www.trespuntoelearning.com/gamificacion-en-educacion-guia-practica/
- Minerva Torres, C. (2002) *El juego: una estrategia importante*. Mérida, Venezuela: Universidad de los Andes.
- Playpums (2008, octubre 10) *The PlayPumps Water System* [Video de YouTube] Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=cv1V5gV_nRQ
- March, E. (2012) *Cuando la innovación es un juego de niños*. Revista de la OMPI Recuperado de https://www.wipo.int/wipo_magazine/es/2009/02/article_0013.html
- Pedraz, P. (2017) *Teoría RAMP: gamificación, reconocimiento y recompensa*. España www.realinfluencers.es/2016/04/06/reconocimiento-recompensa-las-dos-motivaciones/
- Rodríguez, F. y Santiago, R. (2015) *Gamificación. Cómo motivar a tu alumnado y mejorar el clima en el aula*. Barcelona, España: Editorial Océano.
- Schell, J. (2008) *The Art of Game Design: A Book of Lenses*. Estados Unidos: Editorial CRP.
- Smart (2014, Agosto 14) *The Dancing Traffic Light Manikin by smart* [Video de YouTube] Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=SB_0vRnkeOk
- Sutts, B. (2007) *The Grasshopper: Games, Life and Utopia*. Estados Unidos.
- Valero Martínez, J. (2019) *La gamificación. Revisión del concepto y análisis*.

Facultad de Educación. Universidad
Baliaricia. España.

Valderrama, B. (2015) *Los secretos de la gamificación: 10 motivos para jugar*. Madrid, España: Editorial Capital Humano. Recuperado de <https://www.altacapacidad.com/wp-content/uploads/2020/07/Los-secretos-de-la-gamificacion.pdf>

Villalustre Martínez, L. (2015) *Gamificación: Estrategia para optimizar el proceso de aprendizaje y la adquisición de competencias en contextos universitarios*. Universidad de Oviedo. España.

RAE (2020) *Juego*. Recuperado de <https://dle.rae.es/juego>

Creamundi (2021) *La estructura del viaje del héroe*. Creamundi. Recuperado de <https://creamundi.es/la-estructura-del-viaje-del-heroe/>