

SHALL WE PLAY A GAME?

Gamificación



¿Qué es la gamificación?



La gamificación (o ludificación) es el uso de técnicas, elementos y dinámicas propias de los juegos y el ocio en **actividades no recreativas**.

Adapta la mecánica de los juegos en ámbitos específicos de la vida cotidiana para facilitar la **consecución de ciertos objetivos**.

Es una **herramienta** para generar comportamientos que impactan en el negocio o en las personas

El objetivo de la gamificación es superar retos de una forma **divertida**.

Potencia la **motivación** de las personas y mejora la **productividad**. Ayuda a reforzar la conducta para solucionar un problema, obtener un objetivo concreto o **activar el aprendizaje**. Hace que un producto o servicio sea más divertido, **atractivo** y motivador.

En 2011 la prestigiosa consultora Gartner incluyó la gamificación en su lista de **tecnologías emergentes** y, desde entonces, hemos visto como se utiliza habitualmente en sectores como el marketing, la sanidad, la educación o los recursos humanos.

La gamificación **se ha utilizado desde hace mucho en la biblioteca** para promover la lectura aunque muchas de las propuestas no pasaban de ser un un mero ranking.

Actualmente las propuestas se van sofisticando y a menudo **combinan lo vivencial (experiencias de juego real) con la tecnología o el videojuego**. Las formas y la técnica pueden cambiar pero los objetivos principales son los mismos.

Más que una moda





**Divertir, incentivar,
mejorar...**

La gamificación pone al **usuario en el centro del diseño** estudiando cuales son sus necesidades reales para poder comprenderlas y ofrecerle reglas del juego que encajen con sus motivaciones: las recompensas intrínsecas, en línea con las motivaciones de las personas, son mucho mejores que las extrínsecas para **crear compromiso** y mejores resultados.

La gamificación por tanto tiene que ver con el **cambio de comportamientos**, basándose en qué motivaciones tienen las personas para lanzarse a actuar. No es jugar, pero toma los elementos de los juegos que cree necesarios para incluirlos en una actividad cotidiana.

Se puede aplicar tanto para la **gestión y mejora de comportamientos de los empleados** como para sacar mayor partido a la **gestión de las aplicaciones que se desarrollen en el sector empresarial** y al cumplimiento de objetivos de los clientes, siempre que tengan que ver con acciones relacionadas con sus usuarios.

En el origen de la gamificación está el juego, y **no hay mejor forma de acercarse a la innovación que jugando**. El aprendizaje basado en juegos es el complemento perfecto de la gamificación en todo lo que tiene que ver con la innovación.

Jugar nos permite ver las cosas desde otro punto de vista, **sin miedo al fracaso** y con una filosofía de aprendizaje basado en ensayo error.

Jugar en la empresa supone aprender sobre la organización, creando cohesión, comunicación y **desarrollo del talento**.

Por todo ello, los juegos y la gamificación son **una oportunidad para innovar** y merece la pena incorporarlo a las organizaciones como una forma de conseguir objetivos desde una perspectiva lúdica.



**Innovar en la empresa
a través del juego**



La gamificación es otra herramienta para que las **GLAMs participen y motiven al público** a utilizar sus servicios. Pero al igual que todas las demás herramientas, no es una solución rápida y debe usarse estratégicamente, teniendo claro los **objetivos y combinando elementos del juego** que ayuden a construir una experiencia única.

En primer lugar, todo proceso gamificado requiere **identificar**:

1. El **objetivo** a alcanzar
2. Las **motivaciones** para el usuario (recompensas, reconocimiento, progresión, etc.).
3. Los elementos del juego y **mecánica**.
4. El **engagement** o cómo se pretende lograr la actividad de los usuarios sostenida en el tiempo.
5. Los **indicadores** de medición del éxito del proceso gamificado.

¿Cómo gamificar?





Elementos básicos del juego

En segundo lugar, requiere pensar en los elementos lúdicos a incluir. Por ejemplo, la **narración** es un elemento muy poderoso y esto lo sabe muy bien los bibliotecarios, también es muy importante en los juegos y sirve para involucrar a los jugadores.

La narración a menudo se combina con el elemento de juego **quest** (o búsqueda), donde hay que **resolver algunos misterios** o puzzles para desbloquear más de la historia.

Algunos elementos lúdicos:

Logros:

Los logros recompensan a los jugadores por sus habilidades, su suerte o su interacción social con otros jugadores.

Recompensas:

Un premio en forma de objeto o servicio cuando se termina el juego nunca está de más!

Feedback:

Las decisiones que toman los jugadores provocan feedback y motivan al jugador a continuar.

Competencia/Tablas de posiciones:

Tablas de posiciones semanales o mensuales para crear competencia.

Progresión:

Permite al jugador ver su progresión y a la biblioteca el comportamiento de cada usuario y cómo progresa dentro del juego.

Experiencias de gamificación en bibliotecas



Para promover la lectura:

Búsqueda del tesoro Tech: a partir de la lectura de un libro, la Lexington (Ky.) Public Library ha creado una búsqueda del tesoro por la ciudad a través de los teléfonos móviles.

Para acercarse a públicos no cautivos:

Escape Room: Este juego físico y mental consiste en que un grupo de personas encerradas en una habitación ambientada deben solucionar una serie de enigmas a través de pistas para conseguir escapar físicamente de la habitación en un tiempo acotado. Varias bibliotecas de Estados Unidos transforman una sala de la biblioteca en un escape room para que personas de todas las edades (pero especialmente jóvenes) vivan la biblioteca desde la emoción del juego.

<https://americanlibrariesmagazine.org/2016/09/01/escape-rooms-libraries-on-lockdown/>

Para crear conocimiento, crear reflexión y diálogo:

La pandemia zombie: La biblioteca de Moraine Valley Community College (MVCC) creó el juego “World War M: Moraine Valley’s Zombie Apocalypse” (basado en el videojuego humanos vs zombies) en el que todo el campus se vió implicado y expuesto a la infección zombi. Los estudiantes debían conseguir el antídoto y detener la pandemia zombie resolviendo un complejo enigma a través de la lectura de un libro y de las lecciones de los profesores.

<https://americanlibrariesmagazine.org/2013/12/10/one-book-many-zombies/>

Para enriquecer la documentación de la colección y promover el uso del catálogo:

Librarygame: proyecto de la empresa Running in the Halls implantado en 4 bibliotecas académicas del Reino Unido entre 2010 y 2007 para enriquecer el contenido, hacer más social y aumentar el uso del catálogo de la biblioteca a través de las recomendaciones y aportaciones de los usuarios-jugadores quienes recibían recompensas por participar.

<http://rith.co.uk/projects/librarygame>

Oportunidades para empresas

Dentro de la empresa:









- Fidelizar el talento
- Innovar: promover las ideas
- Potenciar el compromiso de los trabajadores
- Fomentar la formación continua
- Crear comunidad

De cara a clientes (GLAMs) y sus usuarios:

- Crear nuevos servicios online y offline
- Hacer más atractivos los productos para el público final
- Conocer mejor a los usuarios y sus comportamientos
- Convertir tareas tediosas en juegos (crowdsourcing)



Créditos imágenes y fuentes

IMAGEN DIAPO #1		Steve Jurvetson
IMAGEN DIAPO #2		Andy L
IMAGEN DIAPO #3		evil_mel
IMAGEN DIAPO #4		Louis Chan
IMAGEN DIAPO #5		Judit Klein
IMAGEN DIAPO #6		Phil Rogers
IMAGEN DIAPO #7		Peter Hindle
IMAGEN DIAPO #8		Jitterbug!
IMAGEN DIAPO #9		Christophe Benoit

- Ana Ordás, Gamificación en el sector de la información. Junio, 2017 (texto creado ex profeso para este TIP).
- Ana Ordás, Juegos y Gamificación. <http://bit.ly/JuegosyGamificacion>
- Instituto Cervantes. 8ª Jornada RBIC. Gamificación y bibliotecas: http://www.cervantes.es/bibliotecas_documentacion_espanol/para_bibliotecarios/jornadas/jornada_8/jornada_8_gamificacion_programa.htm
 - Dolors Reig, El juego como complemento de motivación para la generación conectada. Ponencia
 - María Blanca Ibáñez Espiga. Gamificación en la educación. Ponencia.
 - Sergio Jiménez Arenas. Pasado, presente y futuro de la gamificación en la empresa. Ponencia.
 - Jan Holmquist. Gamification - Global library examples. Ponencia.