

APLICAR LAS TÉCNICAS DEL JUEGO A LA VIDA

La 'gamificación' aboga por el uso de elementos propios de lo lúdico en otros entornos, como el empresarial y el estudiantil. Sólo hace falta entusiasmo

REBECA YANKE

Diversión, puro entretenimiento, competitividad, objetivos, retos y quizá alguna victoria. Estos son algunos de los elementos que pueden formar parte de un juego, sea tecnológico o no. Lo lúdico ha sido ampliamente utilizado para conseguir la atención de los alumnos, desde los más pequeños hasta los universitarios. ¿Quién no ha jugado al karaoke en la clase de inglés, cantando canciones de The Beatles, lo que se conoce como hacer un *listening*?

Ahora, cómo no, el planteamiento es mucho más digital, y el término de origen anglosajón. Se trata de gamificación (*gamification*): el uso de mecánicas de juego en entornos no lúdicos con el objetivo de aumentar la motivación, la capacidad de esfuerzo y de concentración, entre otros valores positivos derivados del mero hecho de jugar.

Cuenta José Luis Ramírez C., autor del volumen *Gamificación, mecánicas de juegos en tu vida personal y profesional*, que «fue hace cinco años» cuando escuchó hablar por primera vez de este término. Sin embargo, para este especialista de lo lúdico, no es algo tan nuevo. «Ha estado ahí toda la vida. Gamificar es hacer el avióncito con la cuchara cuando el niño no quiere comer. Lo que sí es nuevo es la palabra gamificación, es decir, la aplicación de mecánicas de juegos y videojuegos en ámbitos distintos para lograr un objetivo concreto», apunta.

La primera capacidad necesaria para aprender a jugar sería la misma que para aprender a vivir: el entusiasmo. Ramírez imparte clases en el Centro de Estudios Financieros (CEF), en la actualidad, desarrolla el proyecto *Engagement, gamificación y estrategias de marketing online* adaptadas al mundo del libro, pues es socio fundador y asesor de la red social *Queilibro.com*.

«Para mí, es fundamental hacer que mis clases sean entretenidas. Tendría poco sentido no hacerlas jugables dado que se trata de un curso de gamificación. Pero considero que, gracias a estas técnicas, se logran cosas que de otra forma costarían mucho más. Un buen ejemplo sería un juego que elaboré para que mi hija aprendiera a multiplicar», sostiene este profesor.

La consecuencia directa de emplear la gamificación (en casa, en un negocio, en el aula o en la vida diaria) también tiene sabor inglés. Se trata del *engagement*,

«una palabra anglosajona que no tiene traducción exacta pero que se refiere al periodo de tiempo en el que dos personas conectan, en nuestro caso un jugador y un juego», explica Ramírez.

¿Cómo se da el salto de la gamificación al *engagement*? «En términos jugables, este término haría referencia a la palabra *viciar*, y la gamificación busca *escribir* a un jugador, *viciarle*, para que quiera jugar a lo que le proponemos y se acerque al objetivo concreto que se persigue. En una empresa, esto se traduciría en aumentar las ventas, dar a conocer la marca y fidelizar y, en entornos no empresariales, motivar a la gente a que haga determinadas tareas. Por ejemplo: tener hábitos más saludables o reciclar», enumera el profesor y escritor.

Es decir, el gran salto se establece cuando se pasa de una mera conexión a un compromiso. Las razones del éxito de este tipo de estrategias en entornos ajenos son, fundamentalmente, la evolución de la tecnología, las redes sociales y del uso de la red, así como el aumento del uso de videojuegos. Son muchos los ámbitos que se interesan por ellos, desde la comunicación hasta la psicología, pasando por el cine y la literatura.

Un grupo de jóvenes suecos intentó que los vecinos usaran menos las escaleras mecánicas. Colocaron un piano en las escaleras del metro de Estocolmo y cada escalón era una nota distinta. Resultado: Un 86% más de personas subieron las escaleras en lugar de usar las mecánicas.

Un informe de la consultora PWC de 2013 explicaba que las empresas españolas «están lejos de satisfacer a sus clientes y, por tanto, de atraer nuevos clientes». Esta afirmación la recoge Ramírez en su libro y añade: «El motivo es la mala o nula información que poseen de ellos [los clientes]». Sostiene el autor que la gamificación serviría para estrechar la relación entre jugador y programador, léase el cliente y la empresa, además de ayudar a conocer al cliente del negocio.

En los estudios, la gamificación también da resultados. «El estudiante, en lugar de aprender de forma clásica, con apuntes, libros e hincando los codos, lo hace a través de juegos», señala Ramírez. «En un colegio público de Nueva York se estudia geografía a través de un juego de rol», cuenta. Aunque Ramírez también advierte de que estamos «todavía asistiendo a los primeros pasos del uso de esta nueva tendencia».

UNIVERSIDAD UN PROG PIONERO LA SELECT

JOSÉ ANDRÉS GÓMEZ

La Prueba de Acceso a la Universidad es seguramente el mayor reto que se enfrentan los jóvenes al acceder a la carrera universitaria. Pero, ¿cómo prepararlos para superar sus aspiraciones? ¿Cómo proporcionarles los conocimientos adecuados y la mejor forma un buen número de exámenes de las principales universidades? Pero, además, tan capaz de gestionar el estrés y la motivación a la hora de estudiar extensos y desarrollar la capacidad de superación ante condiciones difíciles.

Es por ello que la Universidad de Madrid (UEM) ha decidido implementar un programa pionero, *Coil of Future*, el primer programa de rendimiento para preparar a los estudiantes en España. «La Selección supone un reto académico, anímico y emocional. Debe ser un proceso como una prueba», asegura José Ramos, director académico del programa pionero de la UEM.

Así, durante el próximo curso se seleccionarán de todos los



convivirán en el Campus de Cantoblanco y se enfrentarán a simulacros con los que se evaluará el máximo de sus capacidades.

El programa forma parte del apoyo de coaches como Chema Martínez o el profesor Campo Vidal, presidente de la Televisión, que incluye el control del estrés ante grandes retos, o la gestión durante el estudio. Chema Martínez puede ayudar a la hora de afrontar pruebas, nadie mejor que Martínez para hablarles de cómo superar algo, de cómo expresarlo.

El último día de este programa no termina en la celebración de la prueba, sino en el seguimiento de los alumnos para poder evaluar toda su extensión.

