

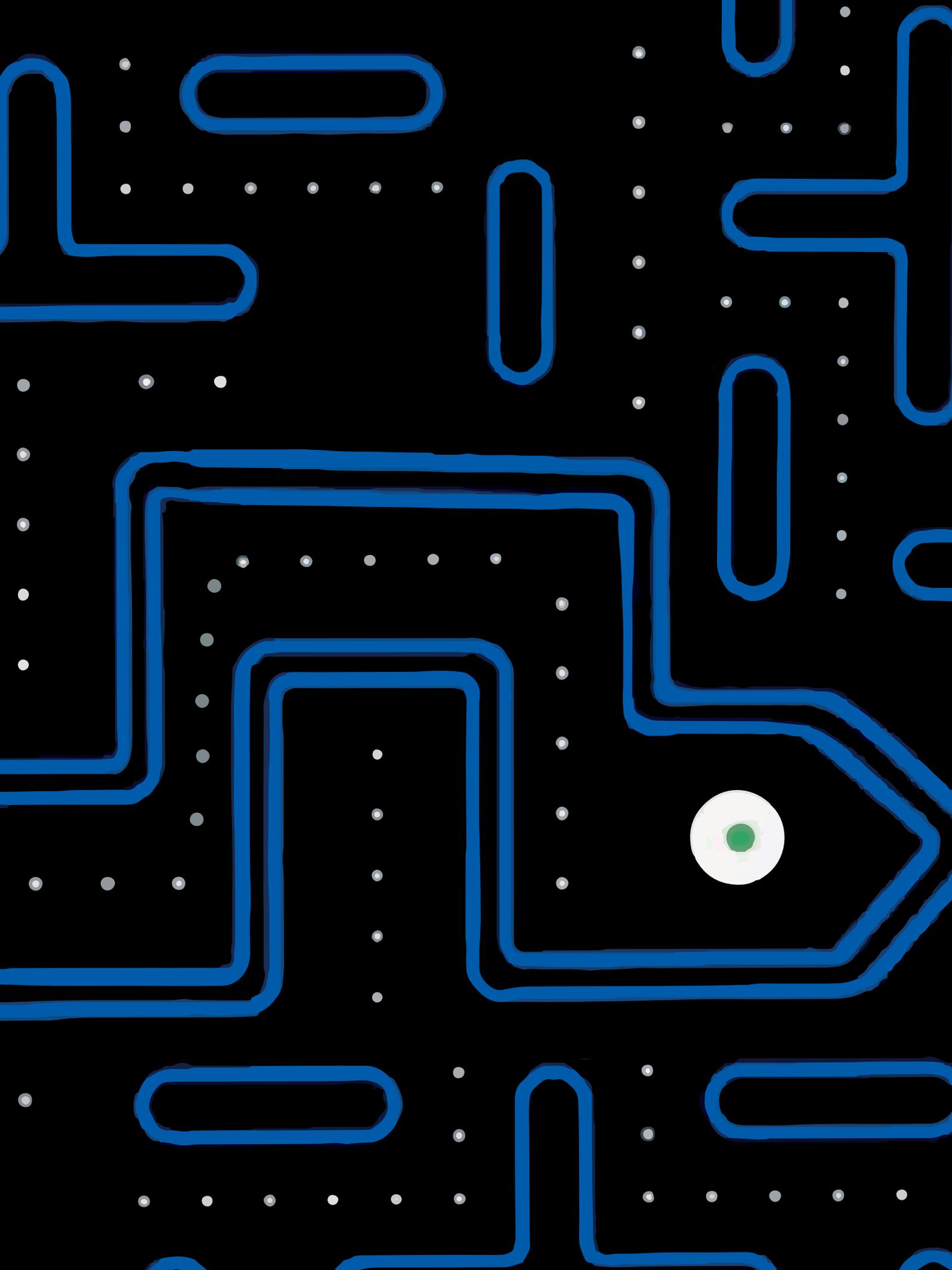
GEOMETRÍA DE LA MOTIVACIÓN

JUEGOS DE ROL,
TECNOLOGÍA Y FILOSOFÍA

Revista de divulgación de experiencias
pedagógicas MAMAKUNA
Nº2 — Mayo/agosto 2016
ISSN: 1390-9940
pp. 36-45

David Medina





1. TENDENCIAS Y GRADOS

La palabra gamificación está de moda: hoy marca tendencia. En general, en el ámbito de la educación, la definición más aceptada dice algo así: “La gamificación es usar la mecánica, la estética y el pensamiento lúdicos para captar la atención, motivar la acción, promover el aprendizaje y mejorar en la resolución de problemas” (Kapp, 2012, p.9). Hay variantes que modifican algunos matices, pero lo esencial queda recogido en esa fórmula. Quizá no sea tan decisivo por ahora lanzarse a fondo en busca de una definición más precisa, o indagar en los diferentes factores que componen la que se acaba de proponer. Al final de este artículo, algo se dirá sobre eso. Pero para empezar, parece coger las cosas de otra manera y distinguir grados o intensidades en el uso que pueda hacerse en el aula de los elementos y recursos lúdicos.

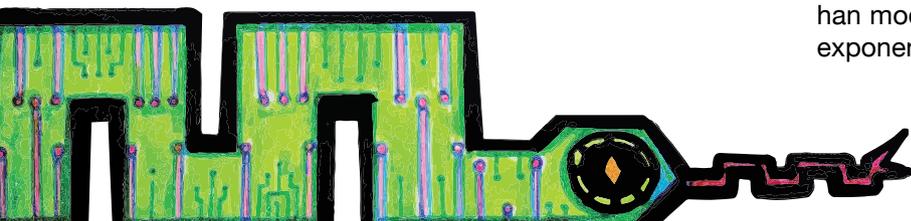
No resulta muy complicado añadir un barniz de juego a cualquier actividad de aprendizaje. Se puede, por ejemplo, usar Kahoot para realizar un clásico test de selección múltiple. Es poca cosa, apenas una fina capa. Pero los efectos en el aula son inmediatos y sorprendentes. Puede subirse un peldaño más y trabajar algún bloque temático de una materia mediante un *serious game*, un juego diseñado específicamente con propósito educativo. Quandary (Learning Games Network, 2012) me ha dado buenos resultados para explorar qué implica tomar decisiones y evaluar la incidencia de las soluciones que se adoptan sobre un grupo humano. Estoy experimentando con Never Alone (Upper One Games, 2015) para plantear algunas cuestiones de antropología y de diversidad

cultural. También es posible, y muy provechoso, recurrir a juegos comerciales y de amplia aceptación, en los que se puede sacar partido de la posibilidad de transferir las habilidades que se adquieren en el ámbito del juego a una actividad de carácter no lúdico. Esa es una experiencia que he realizado durante tres cursos con Clash of Clans, un popular juego para dispositivos móviles, que uso para explicar los fundamentos de la retórica aplicados al comentario de texto filosófico en las clases de Segundo de Bachillerato (Medina, 2015a).

Mi proyecto actual es darle forma de juego a una materia académica en su totalidad. Es lo que estoy intentando hacer con ClassCraft, un juego al estilo de los *Role-playing Games (RPG)*, con el que he organizado el conjunto de las clases en la materia de Filosofía de Primero de Bachillerato. El proyecto se puso en marcha en septiembre de 2015. Los resultados obtenidos al finalizar el segundo trimestre, es decir, tras seis meses de experimentación, son muy notables, aunque sería prematuro sacar conclusiones. De

“La gamificación es usar la mecánica, la estética y el pensamiento lúdicos para captar la atención, motivar la acción, promover el aprendizaje y mejorar en la resolución de problemas”.

todos modos, por más que la experimentación me esté haciendo revisar y ajustar la práctica en las aulas, el diseño general del proyecto estaba ya definido desde el inicio del curso, y sus líneas básicas no se han modificado. Son esas líneas básicas las que se exponen en estas páginas.



2. EL OCTAEDRO DE LA MOTIVACIÓN

Para mostrar las diferentes formas en que ClassCraft es usado en clase, es útil ajustarse a un modelo explicativo general, a lo que en el mundo de la gamificación se llama un *framework*. Existen diferentes modelos de ese tipo. Uno muy simple, a la vez que muy potente, es el propuesto por Yu-kai Chou, y co-

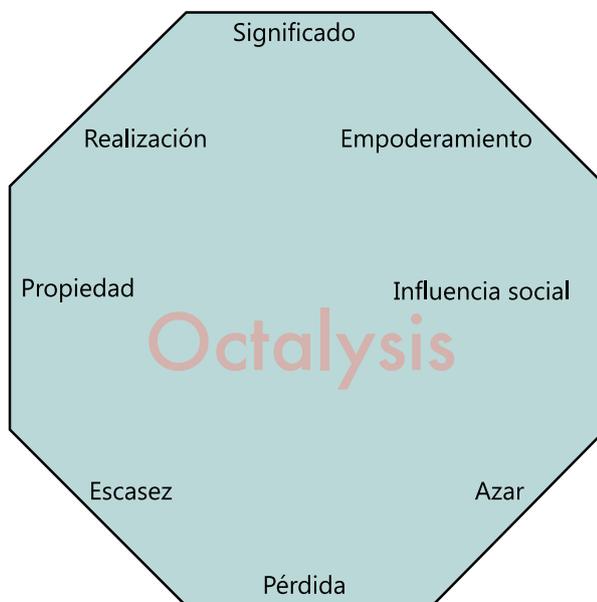


Figura 1. Octalysis, el framework para la gamificación propuesto por Yu-kai Chou.

nocido como Octalysis (figura 1). En su versión básica, que es la que aquí se seguirá, Octalysis se presenta como una descripción, distribuida en una forma octogonal, de los ocho motivadores o impulsores básicos (Core Drives) del comportamiento humano (Yu-kai Chou, 2015).

Cada uno de los motivadores básicos de la figura 1 tiene su lugar en ClassCraft (el orden que voy a seguir es el que resultaría de una secuencia hipotética de actividades en el aula, y no el orden que propone Yu-kai Chou, aunque voy a mantener su numeración que, en consecuencia, aparecerá desordenada).

MOTIVADOR 7: AZAR Y CURIOSIDAD

Este motivador es uno característico de los juegos llamados justamente de fortuna. La introducción del azar, de lo impredecible, despierta y focaliza la atención. Las clases de Filosofía comienzan siempre con un evento del día, un acontecimiento que selecciona aleatoriamente el juego, y que puede ser una bonificación o una penalización, para algunos o para todos los jugadores, o también un acontecimiento inocuo pero divertido (bailar un tema conocido, o contestar algunas preguntas sobre la saga Star Wars, etc.). El juego ofrece más de 100 eventos predefinidos de todo tipo. Pero las opciones son personalizables, y no hay más límite que la imaginación del Maestro del Juego (que es el papel que le corresponde al docente en ClassCraft).

MOTIVADOR 2: DESARROLLO Y REALIZACIÓN

El deseo de hacer progresos, desarrollar habilidades y superar retos es el impulsor más fácil de implantar y es, por tanto, el más frecuente en los proyectos

La imagen muestra una interfaz de usuario de ClassCraft con una tabla de puntuaciones. La tabla tiene varias columnas con barras de progreso y nombres de alumnos. Las barras de progreso están coloridas en rojo, azul y amarillo. A la derecha de la tabla se ven los nombres de los alumnos y algunos detalles de su perfil.

Figura 2. Tabla con las diferentes puntuaciones de los alumnos de una clase.

de gamificación. Es también el aspecto más visible de ClassCraft (figura 2). Los comportamientos de los alumnos en el aula, sean positivos o negativos,

se traducen en sumas o restas en los tres tipos de marcadores que definen cada avatar, es decir, el personaje en el juego que representa a cada alumno. Por ejemplo, da puntos de experiencia realizar bien un ejercicio (digamos, un cuestionario *online*, para mis alumnos una side quest, que es como se llaman esas actividades en los RPG). Y con los puntos de experiencia (XP) se pueden adquirir superpoderes. Los puntos de acción (AP) se obtienen a diario, son la energía que da el reposo y el paso del tiempo. Un jugador también puede obtener AP si otro jugador usa sobre él alguno de sus superpoderes (pero solo algunos superpoderes, los de carácter colaborativo, permiten eso). Los puntos de acción son el combustible que se necesita para usar los superpoderes, y se gastan al ejercerlos. Finalmente, los puntos de salud (HP) los gana un jugador al usar sus poderes,

do la salud se acaba, el jugador cae en batalla, algo que puede tener consecuencias indeseadas, como se explicará más adelante. Esta dinámica que combina incrementos y decrementos de los valores la controlan los algoritmos del juego y se traduce de inmediato en información que los jugadores pueden consultar mediante sus dispositivos móviles. La idea está directamente tomada de los RPG y resulta muy familiar para la mayoría de adolescentes, aunque a primera vista resulte compleja para quien no conozca los juegos de rol. El caso es que, si se diseñan bien las actividades del curso y se conectan con las reglas del juego, se tiene una guía muy poderosa para orientar a los alumnos hacia la adquisición de los diferentes aprendizajes y competencias, algo que se les presenta entonces en términos lúdicos, como la superación de un reto o la realización de una misión.

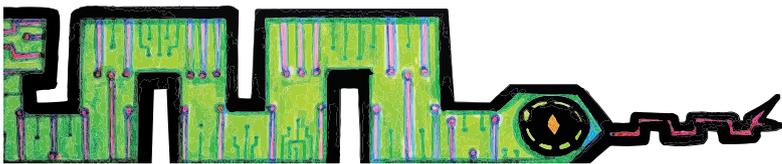


Figura 3. Los avatares son expresión de la personalidad de cada jugador.

o también porque otro jugador del equipo usa sus poderes sobre él (nuevamente: solo algunos poderes permiten esa ganancia). Los puntos de salud se pueden perder por llegar tarde a clase, presentar un trabajo fuera de plazo o cosas por el estilo. Y cuando

impulsor en ClassCraft es característica de los RPG. Los jugadores construyen su propio avatar, la imagen que les representa en el universo ficcional (figura 3). Al principio, cuando se inicia el juego, cada jugador elige qué tipo de personaje quiere ser: será un

MOTIVADOR 3: EMPODERAMIENTO DE LA CREATIVIDAD Y FEEDBACK

Cuando este impulsor se pone en acción, los jugadores se implican en un proceso creativo, en el que pueden expresar sus ideales y deseos, y ver cómo estos se proyectan en ciertos resultados, que a su vez retroalimentan el modo en que los jugadores se expresan a través del juego. La forma que toma este

mago, un guerrero o un sanador. Cada una de estas clases tiene una representación visual típica, que admite diferentes matices: género, color de la piel, etc. A lo largo del juego, el incremento de las puntuaciones de experiencia habilita nuevas y cada vez más detalladas caracterizaciones del aspecto gráfico del avatar, algo que expresa, a la vez, la personalidad de cada jugador y sus logros en el juego. La combinación de este motivador 3 y el motivador 2, que nos lleva hacia el desarrollo y la realización en un sistema reglamentado, definen el núcleo de los juegos de rol: el diálogo entre los diferentes yo, el yo real del jugador, su yo ideal, y su yo virtual, su avatar. (Gee, 2007; Yee, 2014; Medina, 2015b).

MOTIVADOR 4: PROPIEDAD Y POSESIÓN

Este impulsor empuja a los jugadores en la medida en que apela a su sentido de la propiedad, a su deseo de controlar algo, de poseerlo. Si un jugador de un RPG invierte horas y esfuerzo en personalizar su avatar, sentirá que es algo suyo, algo que controla y

personalizar el Maestro del Juego, y los que usamos en las clases de Filosofía son bastante distintos a los que están predefinidos. Un mago de nivel 1, por ejemplo, puede tener el superpoder de la clarividencia, y eso le permite, gastando algunos puntos de acción, recibir ayuda en alguna pregunta de un examen. Un guerrero de nivel 2, que ha subido de nivel al llegar a los 1.000 puntos de experiencia, puede tener el superpoder de emboscada, y si hace uso de él, todos sus compañeros de equipo y él mismo podrán entregar un trabajo de curso un día más tarde. Todos estos superpoderes pueden ser gestionados y ejecutados por los jugadores a través de dispositivos digitales. Sin embargo, en el momento en que decidí dar a cada jugador una carta física con la descripción del poder, de manera que se despertara en él el deseo de coleccionar las cartas y tenerlas todas, la dinámica del juego en el aula dio un salto hacia adelante y la implicación de los estudiantes en la actividades lúdicas fue mayor, y también fue más frecuente el uso que hicieron de sus superpoderes. El impulsor de la conducta en este caso es el deseo de completar una serie y poseerla.

MOTIVADOR 5: INFLUENCIA SOCIAL Y PERTINENCIA

ClassCraft tiene como referente un juego de enorme éxito: World of Warcraft, lanzado en 2004 por Blizzard Entertainment, y que es el modelo de todos los llamados MMORPG (*massively multiplayer online role-playing game*). Los juegos multijugador activan poderosamente el poder de la influencia social y el sentimiento de pertenencia: es decir, todos aquellos elementos de carácter comunitario que orientan la conducta hacia determinados objetivos. A primera vista, podría parecer que ClassCraft, por su sistema de puntuaciones, pone un fuerte énfasis en la competencia

entre iguales, e incluso en la rivalidad. Sin embargo, no es así. Los jugadores se agrupan por equipos, formados por cinco o seis miembros. Cada equipo posee un escudo que lo identifica y un nombre: FE-MEK, S2GRAD, Vetro blidato guerrieri, etc. Algunas de las misiones solo pueden realizarse en equipo, y algunas bonificaciones de experiencia se obtienen

Hay una estrecha relación entre la *paideia* y la *paidia*, entre la educación y el juego, que en griego son dos palabras que tienen la misma raíz: ambas se relacionan originariamente con los actos del niño.

que le pertenece, al mismo tiempo que es expresión de su identidad. La dinámica de las puntuaciones en ClassCraft lleva a los jugadores a ir adquiriendo superpoderes que se distribuyen en tres niveles, y que son el rasgo más importante de cada avatar, al mismo tiempo que una posesión conseguida con trabajo y constancia. Los superpoderes los puede

solo cuando todos los miembros del equipo completan un objetivo: digamos, realizar un cuestionario, o entregar un trabajo escolar. Además, algunos de los superpoderes son colaborativos, son poderes de equipo, y están orientados a fomentar la cooperación y la ayuda mutua. Por ejemplo, los magos pueden poseer el superpoder *Kame Hame Ha*, y si lo usan todos los miembros del equipo, excepto los mismos magos, van a ganar puntos de acción. Y quizá luego esos puntos que se han obtenido gracias a los magos, van a ser utilizados nuevamente en beneficio del grupo, o incluso de la clase entera.

MOTIVADOR 1: SIGNIFICADO ÉPICO

Este motivador, básico en muchas de las acciones de los juegos de rol, activa la conducta al darle una dimensión épica: Lo que hacemos en el mundo lúdico forma parte de algo que nos sobrepasa y que justifica nuestros esfuerzos. ¿Cómo no vamos a esforzarnos si estamos salvando el mundo? La forma en que lo épico se canaliza en ClassCraft sigue fórmulas del juego de rol muy extendidas y consolidadas. Una de

rio puede corregirse en clase presentándolo como un combate contra un *final boss*, digamos el Caminante de piedra (figura 4). Si el Caminante es derrotado, proporcionará a todos los jugadores (un equipo, la clase entera) un buen botín, en forma de puntos de experiencia. La dinámica es simple. En la pantalla se proyecta la imagen del *final boss*, y el sistema le da el turno al azar a un jugador, que da la respuesta a la pregunta que se le hace. Si acierta, el Caminante pierde puntos de vida. Si falla, los pierde el jugador. Si el conjunto de jugadores consiguen acabar con el boss, todos obtienen la recompensa. (Los puntos de salud del boss se establecen al diseñar la actividad: para un ejercicio de 20 preguntas, se le asignan 160 puntos, por ejemplo, y también se fijan en el momento del diseño los puntos de vida que le resta cada acierto de los jugadores, 10 puntos, en nuestro caso. En caso de error esos 10 puntos se restan de la salud del jugador que ha fallado).

MOTIVADOR 6: ESCASEZ E IMPACIENCIA

Este motivador nos hace esperar que suceda algo que es poco frecuente, algo exclusivo, por lo que merece la pena esperar o esforzarse. En muchos juegos, especialmente en los diseñados para dispositivos móviles y conocidos como *Free-to-play* (F2P), es frecuente que la dinámica del juego requiera esperar horas o días para obtener la recompensa de una acción. En los F2P, las reglas se han diseñado para evitar que los jugadores puedan tener de manera inmediata algo que desean, y eso les lleva a pensar en su recompensa frecuentemente y a consultar el estado del juego varias veces cada día, que es la conducta que se quiere fomentar. Este motivador está también presente en ClassCraft. Cada jugador, además de sus puntuaciones de ex-

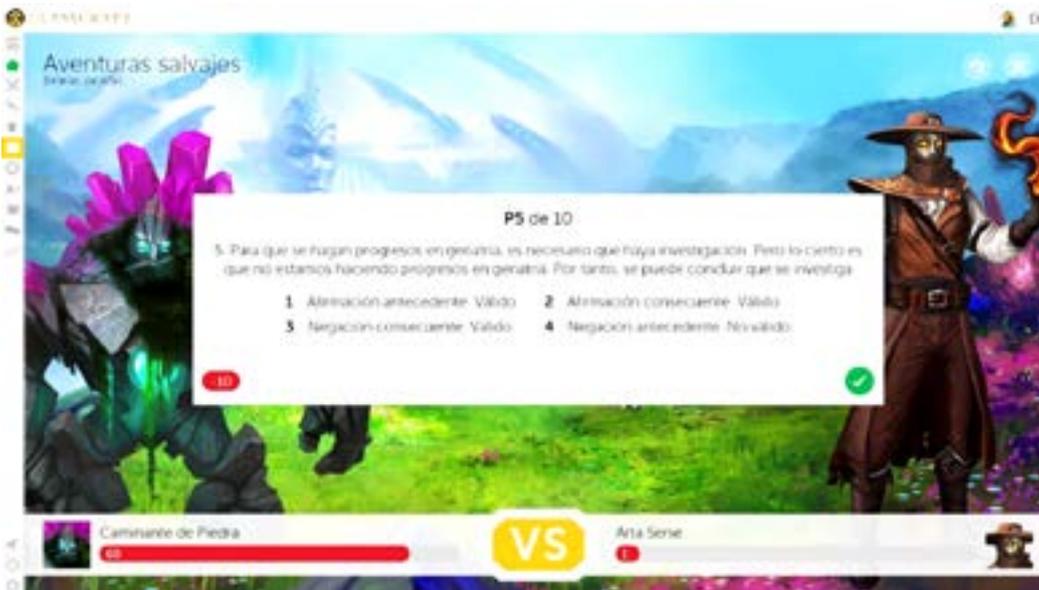


Figura 4. Combate contra un final boss, el Caminante de Piedra.

ellas es el combate para derrotar a un *final boss*: una actividad que es siempre de equipo. Supongamos que los alumnos han realizado un cuestionario *online* (han realizado una *side quest*). Luego ese cuestiona-

rio puede corregirse en clase presentándolo como un combate contra un *final boss*: una actividad que es siempre de equipo. Supongamos que los alumnos han realizado un cuestionario *online* (han realizado una *side quest*). Luego ese cuestiona-



Figura 5. Las mascotas conectan ClassCraft con los populares juegos F2P.

perencia, salud y capacidad de acción, puede conseguir monedas de oro (GP, *Golden Pounds*, en la terminología del juego). Con ellas, siempre que haya alcanzado el nivel requerido de experiencia, puede comprar mejoras para personalizar su avatar: una máscara que le da aspecto de árbol, una brillante túnica azul, etc. También se le ofrece la opción de comprar mascotas, que podrán acompañar a su avatar y darle una apariencia aún más fantástica (las mascotas tienen nombres sugerentes: Brasa, Ondina, Silfo, para los magos, por ejemplo, figura 5). Las mascotas pueden luego ser entrenadas de diferentes maneras, lo que quiere decir esperar un día o varios, según el nivel de la mascota. Una vez entrenadas, nos dan monedas, que se pueden invertir en nuevas mejoras, o en otras mascotas. Para conseguir el atrezzo más espectacular para un avatar, hay que invertir una buena cantidad de monedas de oro (además de tener el nivel de experiencia que se pida). Y el mejor modo de conseguir monedas es entrenar mascotas y visitar frecuentemente el juego para seguir sus progresos.

MOTIVADOR 8: PÉRDIDA Y EVITACIÓN

Un buen motivo para la acción es querer evitar que suceda algo negativo, no deseado (lo que en términos conductistas se llama un reforzador

negativo). En ClassCraft este impulsor actúa mediante el Dado Maldito y el Libro de las Lamentaciones. Los jugadores pueden perder puntos de vida durante el juego por llegar tarde a clase, por no estar atentos durante las explicaciones del profesor, o por otras cosas de ese estilo (las conductas penalizadas se pueden personalizar). Cuando la barra de vida de un jugador llega a 0, cae en batalla y, si nadie de su equipo lo evita (hay superpoderes para eso), deberá hacer una tirada de dados y aceptar una de las seis sanciones, que quedará inscrita en el Libro de las Lamentaciones (figura 6): tendrá que aprenderse un poema de memoria, o quedarse sin patio, etc. (las sanciones se pueden ajustar como mejor convenga).

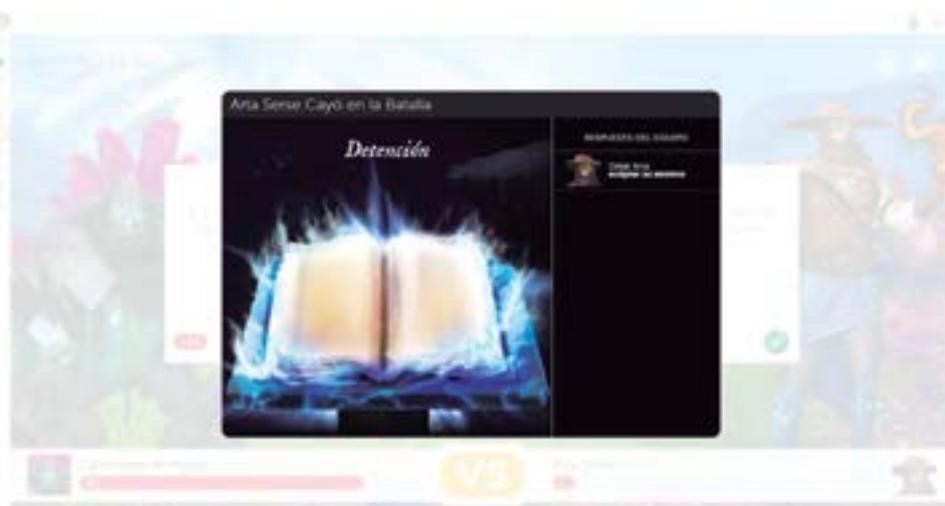


Figura 6. Los caídos en batalla se enfrentan a los Dados Malditos y al Libro de las Lamentaciones.

3. DISEÑO CENTRADO EN LO HUMANO Y PAIDEIA

Sumando los elementos de la geometría de la motivación que se han descrito, y algunos otros que quedan fuera del alcance de este artículo, la gamificación se muestra como algo más substantivo que una tendencia o la organización de actividades reguladas por puntuaciones y recompensas, que es lo que nos parecía al principio. La gamificación es una forma de diseñar y dar sentido a las actividades humanas. Es diseño centrado en lo humano, por oposición a las formas de diseño más habituales, centradas en la función. El diseño centrado en lo humano atiende ante todo a la motivación de los agentes que intervienen en un sistema, en lugar de hacer recaer el acento en su pura y simple eficiencia funcional.

lo humano toma ese plano emocional como el fundamento sobre el que debe sostenerse el conjunto de un sistema y las motivaciones de quienes lo forman. Y, así entendida, es claro que la educación y la gamificación resultan inseparables. Esto, que es, en definitiva, lo que se quería mostrar en este texto, lo podemos ver desde otro ángulo, desde la filología. Hay una estrecha relación entre la paideia y la paidia, entre la educación y el juego, que en griego son dos palabras que tienen la misma raíz: ambas se relacionan originariamente con los actos del niño (Jaeger, 2012). Pero ahondar desde el ángulo de los clásicos en esa idea es harina de otro costal. No quiero, sin embargo, acabar sin resaltar esto: lo que se puede presentar como innovación de última tendencia es, de hecho, una idea profundamente enraizada en el clasicismo griego del siglo V.



Figura 7. Alumnos jugando a ClassCraft en clase.

La gamificación es, por tanto, situar en primer plano lo emocional y lo que nos motiva, las emociones, las ambiciones, las inseguridades que nos llevan a querer (o no) hacer ciertas cosas. El diseño centrado en

REFERENCIAS

- Kapp, K.M. (2012). *The Gamification of Learning and Instruction: Game-based Methods and Strategies for Training and Education*. San Francisco: Pfeiffer.
- Gee, J. P. (2007). *What Video Games Have to Teach Us About Learning and Literacy* (2ª ed.). New York: Palgrave Macmillan.
- Jaeger, W. (2006). *Paideia: los ideales de la cultura griega* (24ª ed.). México D.F.: FCE
- Medina, D. (2015a). "Poner cera, pulir cera (filosofía y gamificación)", en *Aula*, núm. 246, noviembre 2015, pp. 26-30.
- Medina, D. (2015b). "Artarse y yo", en *Comunicación&Pedagogía*, junio 2015, pp. 79-85.
- Yee, N. (2014). *The Proteus Paradox. How online Games and Virtual Worlds change us –and how they don't*. New Haven: Yale University Press.
- Yu-kai Chou (2015). *Actionable Gamification*. Fremont: Octalysis Media.

David Medina

Profesor de Filosofía en el Instituto Barcelona-Congrés. Barcelona, España.
david.medina@mirbal.net