

CAPÍTULO 6. EJEMPLOS

6.1. Ejemplos

Si te has impreso este libro podrás acceder a una serie de enlaces con ejemplos a través del siguiente código QR a través de un dispositivo móvil:



Si accedes de manera digital al libro aquí tienes el mismo enlace:

<https://padlet.com/oriolborrasURJC/gamificacionEdu>

Sea cual sea la forma de acceder a nuestro recopilatorio digital en la plataforma Padlet sobre gamificación, te invitamos a que incluyas enlaces de ejemplos que conozcas y te parezcan interesantes para el resto de los lectores así, entre todos, vamos a ir completándolo de manera dinámica.

6.2. Analizando juegos

En todas las formaciones sobre gamificación con profesores suelo advertir a los asistentes de la importancia de saber divertirse y disfrutar de los juegos cuando nos planteamos aplicar gamificación.

Es fundamental mantener una actitud receptiva hacia las manifestaciones culturales contemporáneas, especialmente aquellas que gozan de popularidad entre los jóvenes, ya que ello permite ajustar de manera pertinente las narrativas y temáticas abordadas en el aula. Este ejercicio debe realizarse reconociendo la diversidad de intereses y trayectorias del estudiante.

Aún recuerdo la primera vez que diseñé un *Escape Room*. Jamás habíamos estado en ninguno y fue importante jugar en uno, con el resto de los profesores que habíamos participado en dicha experiencia educativa, para comprender las dinámicas o pruebas, y los sentimientos, sensaciones y emociones que se sienten al jugar en uno. Incluso para coger ideas tanto de temáticas como de pruebas.

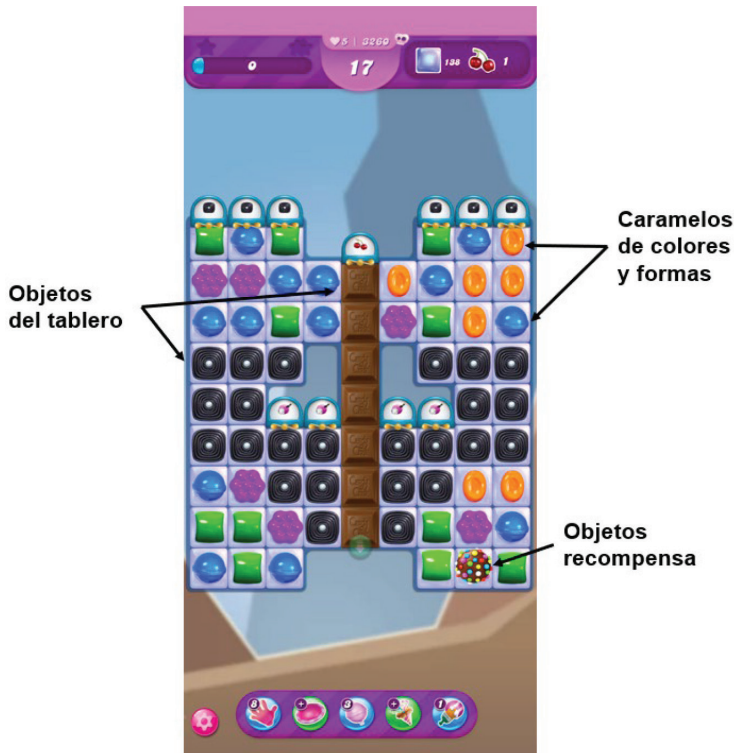
Es por eso por lo que recomiendo ver series o películas, leer libros y cómics, escuchar *podcasts* y, sobre todo, jugar tanto a juegos de mesa como videojuegos, ya sea desde una videoconsola, un ordenador o nuestro móvil, pues se obtienen muchas ideas para aplicar posteriormente.

A continuación, voy a analizar dos juegos bastante conocidos y que nos ayudarán a coger ideas y comprender cómo funcionan los juegos y estas dinámicas que consiguen "atraparnos" en ellos. Os recomiendo, de nuevo, que intentéis hacer lo mismo con aquellos juegos que más os gusten o a los que veáis que dedican tiempo vuestros familiares y amigos, así podréis coger muchas ideas y aprender de ellos.

6.2.1. Candy Crush Saga

Este videojuego, aunque es bastante popular, la edad media de uso está más cercana a la de los profesores que la de los estudiantes, pero será un buen ejemplo para analizar sus características.

Candy Crush Saga comenzó en Facebook, pero rápidamente creó su propia aplicación móvil. Se basa en un tablero (Figura 32) formado por caramelos intercambiables de distintas formas y colores y, cada vez que se combinan tres o más caramelos del mismo color, estos desaparecen y se obtienen puntos. Cada partida propone un reto distinto y un número máximo de movimientos, y el hecho de superarlo nos llevará a un nivel nuevo, hasta los 10.000 que hay en la actualidad. Además, hay objetos con los que interactuar en el tablero y objetos recompensa que permiten acciones adicionales, los denominan "boosters". Este videojuego cuenta además con un atractivo muy adictivo que es el sonido que tiene y que se produce cada vez que se realiza una acción con éxito, por ejemplo, intercambiar caramelos para juntar del mismo color.

Figura 32. Tablero de juego en Candy Crush Saga.

Nota. Captura de pantalla tomada desde un teléfono móvil durante el desarrollo del nivel. Imagen utilizada con fines educativos bajo el uso legítimo.

Todo el juego, basado en niveles, se distribuye en un mapa (Figura 33, izquierda) que sirve para revisar nuestro progreso (elemento importante) y ver lo que nos queda por hacer y qué niveles hemos superado, permitiéndonos también volver a jugarlos. El mapa es la primera pantalla que vemos al acceder al videojuego. Otra característica que incluye este mapa, muy habitual en la gamificación, son los ránquines (tablones relativos), que en este caso se encuentran repartidos, y que permite ver dentro del propio mapa por dónde van nuestros amigos: la aplicación se conecta con Facebook, recordemos que comenzó como un juego dentro de dicha red, y aquellos amigos nuestros en dicha red que jueguen, aparecerán en el mapa en su nivel correspondiente (Figura 33, derecha).

Candy Crush Saga es de los pioneros en la adopción del modelo de negocio freemium, consistente en ofrecer servicios básicos gratuitos y otros de pago. Por ejemplo, aunque jugar es gratuito, el videojuego nos ofrece 5 vidas y si las

Figura 33. Mapa de juego en Candy Crush Saga.

Nota. Captura de pantalla tomada desde un teléfono móvil durante el desarrollo del nivel. Imagen utilizada con fines educativos bajo el uso legítimo.

agotamos tendremos que esperar un tiempo para conseguir más o pedir las a amigos. La otra opción será pagar por ellas. Lo mismo ocurre si queremos conseguir objetos extra, ya que la plataforma nos ofrece la posibilidad de pagar por ellos. Los pagos son a través de "lingotes de oro", un tipo de bien virtual que podremos conseguir dentro del juego superando retos o bien comprarlos con dinero a través de la aplicación (Figura 34, izquierda).

Dentro del modelo freemium existen otras formas de obtener ingresos como son la publicidad. La aplicación nos ofrece recompensas voluntarias a cambio de ver anuncios cuya duración varía de los 5 a los 30 segundos. De esta forma, podremos ver un anuncio antes de iniciar una partida y conseguir un "booster" (Figura 34, centro) o si se nos acaban los movimientos y no hemos alcanzado el reto de un nivel, podremos conseguir más vidas a cambio de pagar con lingotes de oro o ver entre 1 y 3 anuncios (Figura 34, derecha). Este último supuesto es muy interesante, pues el primer anuncio que vemos nos regala 2 movimientos, el segundo 1 y el tercero otros 2. El segundo vídeo nos anima a ver el tercero para conseguir los dos lingotes extra. Seguramente, si

Figura 34. Modelo freemium de pago por características y objetos en Candy Crush Saga.



Nota. Captura de pantalla tomada desde un teléfono móvil durante el desarrollo del nivel. Imagen utilizada con fines educativos bajo el uso legítimo.

el segundo vídeo nos ofreciera dos movimientos, muchos jugadores ya no verían el tercero para obtener un movimiento, incluso aunque fueran dos, pues no hay que olvidar que no es agradable parar de jugar para ver 30 segundos de publicidad.

Otra de las características para tenernos involucrados y enganchados son las rachas. Es decir, acciones que debemos hacer seguidas como, por ejemplo, jugar todos los días, lo que denomina eventos (Figura 35, izquierda). Por cada día seguido que juguemos y al menos ganemos una partida, obtendremos sellos (Figura 35, centro) y cuando llenemos los 6 nos regalarán boosters. Además, una vez al día tenemos la oportunidad de girar una ruleta (Figura 35, derecha) con premios y privilegios (*boosters*), y al no ser estas tiradas acumulables, aunque no entramos en tres días consecutivos, el juego solo permitirá girar una vez la ruleta. Esto, nuevamente, nos invita a entrar cada día para no perder boosters.

Existen más rachas o eventos diarios que propone el juego para obtener más boosters, y otros que aparecen por sorpresa.

Para trabajar aspectos como la cooperación entre jugadores, Candy Crash Saga permite ayudar a otros jugadores, por ejemplo, dándoles vidas (Figura 36,

Figura 35. Ejemplos de rachas en Candy Crush Saga.



Nota. Captura de pantalla tomada desde un teléfono móvil durante el desarrollo del nivel. Imagen utilizada con fines educativos bajo el uso legítimo.

Figura 36. Cooperación y competición en Candy Crash Saga.



Nota. Captura de pantalla tomada desde un teléfono móvil durante el desarrollo del nivel. Imagen utilizada con fines educativos bajo el uso legítimo.

izquierda) y también nos permite pedirselas. En cuanto a competición, cada cierto número de jugadas nos ofrece la posibilidad de competir contra alguno de nuestros amigos, (Figura 36, centro) obteniendo premios, o competir contra jugadores aleatorios de la plataforma en una carrera (Figura 36, derecha), donde conseguiremos lingotes si somos los primeros en alcanzar un número determinado de niveles antes que el resto.

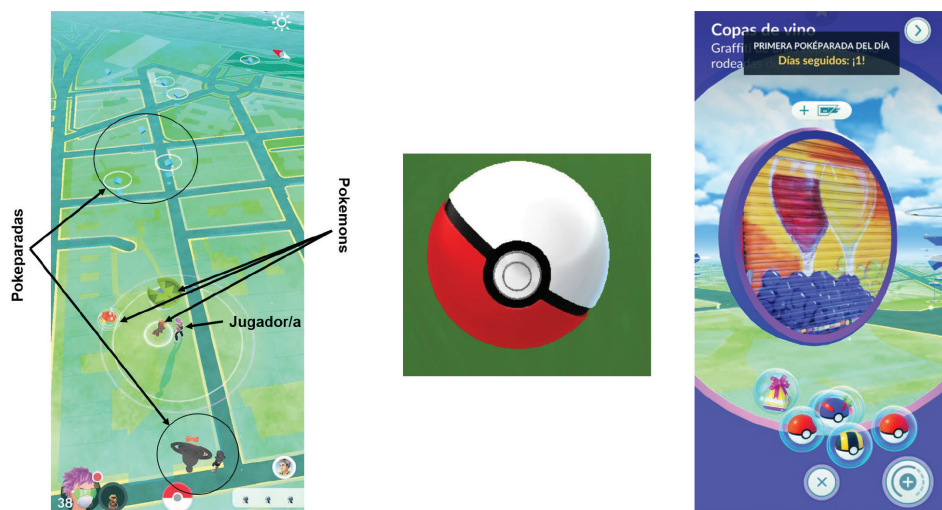
Finalmente, no olvidemos que el propio mapa es una competición contra el resto de nuestros amigos en el juego. Competir contra aquellas personas a las que conoces supone un diseño inteligente, pues seguramente si esa competición se centrara contra todos los jugadores de la plataforma nos encontraríamos ante un reto inalcanzable que nos desmotivaría, pero ver a jugadores cerca en el mapa y que conocemos nos llevará a intentar superarles, siendo un reto al que podemos llegar.

Hemos resumido algunas de las características de esta plataforma, pero hay muchas más y otras nuevas que aparecerán. Lo importante es aprender a extraer esas características para poder aplicarlas a nuestros diseños y reutilizar esos elementos tan motivantes en nuestras estrategias en el aula.

6.2.2. Pokémon Go

Es un videojuego de realidad aumentada para dispositivos móviles que se basa en geolocalización, en el que la finalidad de sus jugadores consiste en capturar personajes de la popular saga Pokémon creada por la compañía Nintendo. Para ello tendrán que buscarlos en ubicaciones en el mundo real y cazarlos. Los jugadores, convertidos en entrenadores Pokémon, deben andar por sus pueblos y ciudades buscando estos personajes y así coleccionar todos los existentes. La base del videojuego es un mapa (Figura 37, izquierda) en el que podremos ver a los pokémons que tengamos cerca y otros elementos como gimnasios o pokeparadas de los que ya hablaremos más adelante.

Para cazar un pokémon deberemos utilizar lo que se conoce como “pokeballs” (Figura 37 centro), dentro de cada una de las cuales guardaremos, si conseguimos cazarlo, a nuestro pokémon, que se quedará almacenado en nuestra mochila. La mochila tiene un tamaño limitado (aunque se puede ir comprando más espacio), por lo que deberemos ir borrando aquellos pokémons repetidos o que menos nos interesen. Los pokémons que nos vamos encontrando suelen tener características distintas de vida y poder, cuanto más poderosos sean más complejo serán de cazar. Para conseguir pokeballs existen diversas maneras. Una de las más habituales consiste en ir a lo que denominan como pokeparada (Figura 37, derecha), que se encuentran repartidas por todo el mundo y son ubicaciones reales en las que, cuando pasamos por ellas, podemos obtener

Figura 37. Mapa y elementos principales en Pokémon Go.

Nota. Captura de pantalla tomada desde un teléfono móvil durante el desarrollo del nivel. Imagen utilizada con fines educativos bajo el uso legítimo.

objetos para el juego. Una vez utilizada, o como se conoce en el argot “girada”, no podremos durante un tiempo volver a utilizarla.

Y este sería el funcionamiento en general del juego, aunque aviso que no hemos entrado en mucho detalle, pues no es el objetivo y tendríamos casi para otro libro. A continuación, vamos a analizar elementos concretos que nos pueden servir tanto para aplicar en nuestro sistema gamificado como para visualizar y comprender los principios del diseño de juegos.

De nuevo, nos encontramos con un modelo de negocio *freemium*, basado en microtransacciones. Los jugadores pueden comprar elementos que les ayuden a superar con mayor facilidad el juego o, simplemente, complementos para su usuario.

Si nos paramos a analizar de manera superficial este videojuego, veremos que es muy sencillo y que, aunque a priori es siempre lo mismo, sus diseñadores se han encargado de ir añadiendo componentes para asegurarse que sus jugadores entren cada día y pasen el mayor tiempo posible conectados.

La clave para conseguir crear el hábito de jugar y ser constantes son las “rachas” y Pokémon Go sabe cómo sacarles partido, ofreciéndonos recompensas

en forma de objetos si, al menos una vez cada día, se cumplen uno o más de los siguientes requisitos:

- Girar una pokeparada.
- Cazar un pokémon.
- Completar un reto.

En los dos primeros obtendremos más recompensas cuantos más días seguidos llevemos, con un tope de 7 días consecutivos, cuando conseguiremos el máximo de recompensas. Posteriormente, volverá a ponerse la cuenta a 0, y así semana tras semana. Si rompemos la racha empezaremos de 0 de nuevo.

Los retos son otras acciones que nos propone el juego, obteniendo recompensa solo cuando conseguimos realizar 7 retos, que en este caso no tienen por qué ser en días consecutivos-. Los retos (Figura 38) son del tipo, cazar X pokémons, realizar alguna acción con otros usuarios, etc.

Figura 38. Ejemplo de retos diarios en Pokémon Go.



Nota. Captura de pantalla tomada desde un teléfono móvil durante el desarrollo del nivel. Imagen utilizada con fines educativos bajo el uso legítimo.

Tomemos nota para nuestras asignaturas: si consiguiéramos una dedicación diaria, aunque fuera un rato para practicar con nuestra asignatura, el estudiante podría desarrollar las competencias que deseamos más fácilmente.

En cuanto al progreso, en este juego lo encontramos tanto en el propio personaje del jugador que podrá ir mejorando y subiendo de nivel o adquiriendo nuevas características. Pero también, los propios pokémons que vamos cazando en el juego, van a tener esta característica de progreso, pues podremos ir evolucionándolos, mejorándolos y, sin olvidar, el propio hecho de irlos coleccionando. Como jugador, Pokémon Go nos ofrece un sistema de niveles y puntos de experiencia (PX), teniendo que conseguir un número determinado de dichos PX para alcanzar cada nivel, obteniendo recompensas como objetos o desbloqueando nuevas opciones dentro del juego. Cada nivel que superamos, la cuenta de PX se reinicia a 0 para comenzar de nuevo e ir a por el siguiente, requiriendo cada vez de más PX para superar cada nivel nuevo.

También lleva la cuenta de cuantos kilómetros recorreremos al día (Figura 39) y nuevamente, si conseguimos una serie de tramos de distancia a la semana, obtendremos más o menos recompensas. Recorrer distancia también nos ayudará a conseguir mejoras en nuestros Pokémons.

Figura 39. Kilómetros recorridos en Pokémon Go.



Nota. Captura de pantalla tomada desde un teléfono móvil durante el desarrollo del nivel. Imagen utilizada con fines educativos bajo el uso legítimo.

Como hemos comentado antes, tanto los kilómetros como los PX se reinician al llegar a un objetivo. Aun así, podemos ver el total desde que empezamos el juego en nuestro perfil de jugador.

También, otra forma de mostrar progreso y de obtener recompensas, son las insignias. Estas tienen diferentes niveles (bronce, plata, oro y platino) y para conseguirlas se nos indica un valor que tendremos que alcanzar, por ejemplo, cazar un número determinado de Pokémons o andar una serie de kilómetros. La aplicación nos muestra el listado total para ver las que podemos obtener

(Figura 40 izquierda) y dentro de cada una (Figura 40 derecha) los requisitos que necesitamos y las posibles recompensas que esa insignia nos puede dar.

Figura 40. Ejemplo de insignias en Pokémon Go.



Nota. Captura de pantalla tomada desde un teléfono móvil durante el desarrollo del nivel. Imagen utilizada con fines educativos bajo el uso legítimo.

Aunque la finalidad es tener todos los Pokémons (cada cierto tiempo van añadiendo nuevos y a 13 de mayo de 2022 hay 893), el videojuego nos permite más actividades que además nos darán objetos adicionales que nos ayudarán a alcanzar nuestro objetivo:

- **Combates**, dentro de la aplicación podremos luchar contra otros jugadores del mundo que estén conectados en ese momento, para ello utilizaremos nuestros Pokémons cazados para las luchas. Y de ahí la importancia de ir mejorando nuestros Pokémons para ser invencibles.
- **Gimnasios**, a lo largo del mapa encontraremos también ciertas ubicaciones denominadas gimnasios en las que podemos luchar contra los Pokémons

de otros jugadores que han dejado en el gimnasio. Si ganamos nos apoderaremos del gimnasio hasta que nos venzan otros jugadores, podemos estar desde horas hasta meses. La diferencia con los combates es que los gimnasios dependen de la ubicación y los podemos conquistar.

- **Incursiones**, cada cierto tiempo el juego convierte un gimnasio en una incursión durante unas horas y este se ve liderado por un Pokémon. En ese caso si entramos en el gimnasio lucharemos solo contra un Pokémon del propio juego y podremos luchar junto a otros jugadores desconocidos o amigos. Si ganamos al Pokémon lo podremos cazar. Suelen aparecer Pokémon difíciles de encontrar o especiales que solo aparecen en incursiones, por lo que será una oportunidad para ir completando la colección.
- **Amigos** (Figura 41), podremos hacer amigos e intercambiar Pokémon con ellos (si estamos cerca), hacernos regalos o combatir en gimnasios, incursiones o entre nosotros. Este es un interesante elemento social que ofrece la plataforma.

Figura 41. Ejemplo de listado de amigos en Pokémon Go.

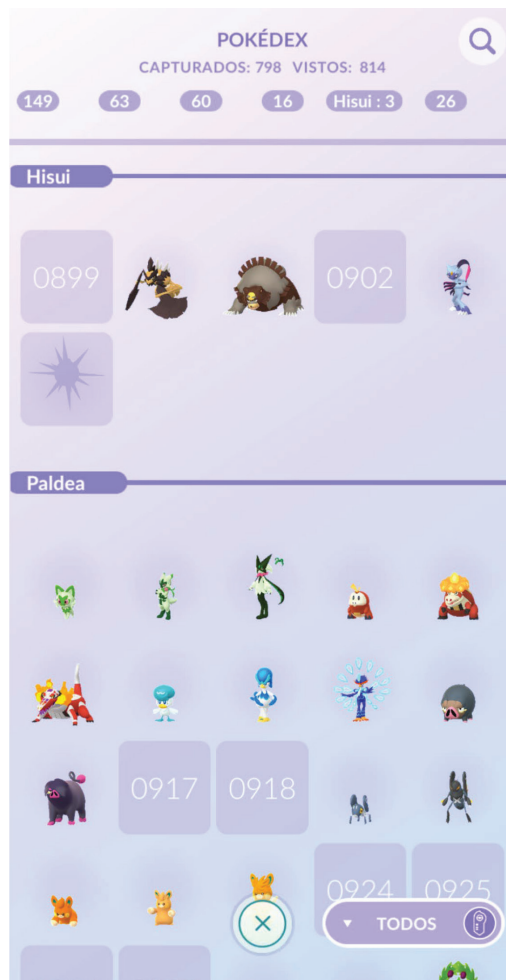


Nota. Captura de pantalla tomada desde un teléfono móvil durante el desarrollo del nivel. Imagen utilizada con fines educativos bajo el uso legítimo.

Dentro de los bienes virtuales, hay que destacar que el juego cuenta también con su propia moneda "Pokémonedas" con las que podremos comprar objetos, estas las podemos comprar con dinero real u obtener dentro del juego, por ejemplo, por tiempo en el que permanecemos en un gimnasio.

Finalmente, en relación con los coleccionables, encontramos el diseño de este juego basado en ir recopilando diferentes Pokemons, que se encuentran reflejados en la conocida como "Pokédex" (Figura 42), una especie de

Figura 42. Pokedex.

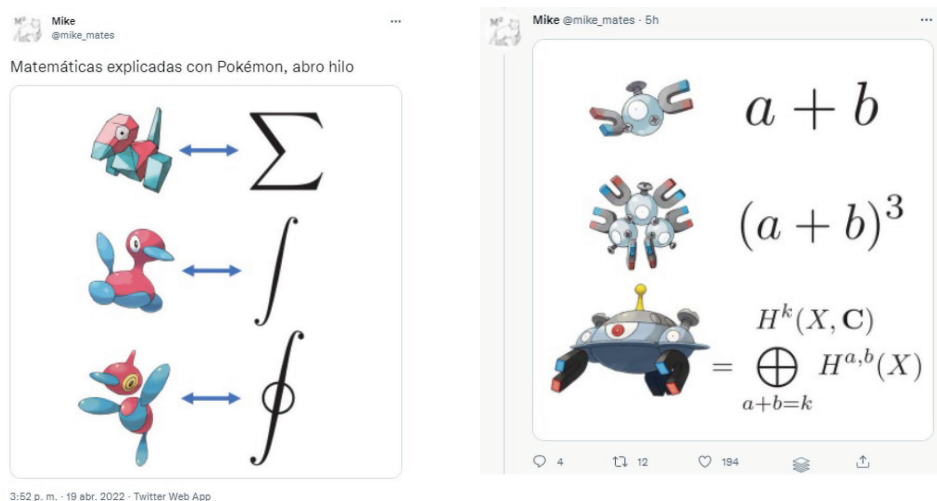


Nota. Captura de pantalla tomada desde un teléfono móvil durante el desarrollo del nivel. Imagen utilizada con fines educativos bajo el uso legítimo.

enciclopedia digital donde aparecen todos los seres que existen dentro de la familia Pokemon, organizándose en regiones. Dentro de esta Pokédex veremos la imagen de aquellos pokemon que hayamos cazado; y, en el caso de no habernos cruzado aun con el pokemon, aparecerá solo su número. Continuamente están creando nuevos pokemon haciendo crecer esta gran enciclopedia. En octubre de 2024 contábamos con 1025 pokemons¹¹.

Relacionado con el mundo Pokémon, y sin relación directa con el juego Pokémon Go, hay un ejemplo utilizado por un profesor en redes sociales, en concreto a través de un hilo de tuits¹² en la plataforma Twitter, en la que utiliza las características de las evoluciones de los diferentes Pokémon para explicar conceptos de matemáticas (Figura 43), un claro ejemplo de trabajo de estética-narrativa y playful design.

Figura 43. Uso de la estética de Pokémon a través de sus personajes en matemáticas.
https://twitter.com/mike_mates/status/1516414324834816011



(Imagen generada con Inteligencia Artificial – Copilot)

¹¹ https://pokemon.fandom.com/es/wiki/Lista_de_Pok%C3%A9mon

¹² https://twitter.com/mike_mates/status/1516414324834816011