



DOCTORATS
INDUSTRIALS



EL PLA DE
DOCTORATS
INDUSTRIALS

PROJECTE DE DOCTORAT INDUSTRIAL EXPEDIENT 2014 DI 006

DADES DE L'EMPRESA I DE L'ENTORN ACADÈMIC

Títol del projecte

Disseny d'un marc formal per a la gamificació de serveis en línea

Empresa

ICA Informática y Comunicaciones Avanzadas S.L.

Responsable de l'empresa

Jordi Ceballos Villach

Universitat

Universitat Oberta de Catalunya

Director/a de tesi

Joan Arnedo Moreno

Treballador/a de l'empresa i doctorand/a

Alberto Mora Carreño

BREU DESCRIPCIÓ DEL PROJECTE DE RECERCA

Ludificació (gamification) és una paraula de moda que comença a establir-se i consolidar-se en àmbits diversos del nostre entorn. Només cal donar-li un cop d'ull al hype cycle de Tecnologies Emergents de 2013 publicat per Gartner per veure que aquest terme acaba d'assolir el cim de l'onada. Això indica que, en l'actualitat, la ludificació és un recurs que es mou en els seus màxims d'expectatives inflades, i que trigarà entre 5 i 10 anys a establir-se i arribar al que se sol anomenar "plateau" de productivitat. Un cop allà, es considera que la comprensió sobre el seu funcionament, ús, etc. serà prou madura com per treure-li el màxim profit.

Potser el factor més significatiu en l'expansió i acceptació del terme el trobem en l'apogeu d'una generació de jugadors (gamers) sorgida amb l'aparició, ràpida evolució i extensió dins la societat dels videojocs. En el passat, s'associava el joc a una activitat frívola o infantil. Només un petit grup de jocs es consideraven apropiats pels adults. No obstant això, aquells que fa unes dècades van començar a jugar a videojocs ara són responsables de projectes, directius, professors, consultors, etc. I no han deixat de jugar, encara que sigui en plataformes mòbils, o en contextos "casual". En aquest sentit, és molt significatiu que l'informe de 2103 de l'ESA (Entertainment and Programari Association) indiqui que l'edat mitjana dels jugadors ronda ara mateix els 30 anys, i més del 35% d'ells superen els 36. Entre homes i dones, les xifres són pràcticament meitat i meitat, un aspecte que trenca tots tòpics dins el camp de la tecnologia. Per a la generació dels jugadors, jugar és una cosa absolutament natural, i és difícil que aquest impuls desaparegui.



Generalitat de Catalunya
Departament d'Economia i Coneixement
Secretaria d'Universitats i Recerca



Agència
de Gestió
d'Ajuts
Universitaris
i de Recerca



EL PLA DE DOCTORATS INDUSTRIALS

La ludificació se sol definir com l'aplicació d'elements típics dels jocs a un altre tipus d'activitats amb l'objectiu d'incentivar la implicació, immersió i/o motivació dels participants. Per tant, la ludificació no és un joc pròpiament dit, sinó l'ús dels elements característics d'aquests en altres àmbits clarament diferents. Per tant, la seva aplicació té una important component d'anàlisi i disseny de les estructures d'un joc i d'aquells aspectes que es consideren capaços de captar l'atenció dels jugadors. En aquest sentit, una de les claus de l'èxit de la ludificació és el seu encert en recollir idees de múltiples àmbits com el dels jocs, la psicologia, el disseny i el màrqueting, entre d'altres, i combinar-los dins d'un marc formal i un conjunt de metodologies lligades al disseny de jocs. Seguir-les, evitant actuar de manera improvisada, és molt important per assolir l'èxit. En el propi informe de Gartner s'esmenta que, l'any 2014, el 80% de les aplicacions de ludificació fracassaran a causa del seu mal disseny.

L'objectiu d'aquest projecte de recerca és la creació d'un model formal que permeti el desenvolupament de solucions basades en ludificació en serveis en línia per una empresa. Aquest model ha de permetre adaptar la solució a diferents entorns mitjançant una metodologia clara i fàcil de seguir, evitant al màxim les decisions "ad hoc". Per fer-ho, ens basarem en els (pocs) models existents en el camp de la ludificació, així com altres camps ha estat possible generar marcs formals per crear solucions, com l'enginyeria del programari.