

TITULO DE LA TESIS: “La gamificación como tecnología persuasiva: balance ético de un fenómeno pluridisciplinar y propuesta de autorregulación”

AUTORA: Silvia Moya Rozalén

Nº DE PÁGINAS: 464

Los estudios sectoriales en torno a la gamificación y su dimensión ética se han ido sucediendo en los últimos años. No obstante, dichos estudios sectoriales sobre gamificación están lejos de desarrollar una aproximación integral a este fenómeno persuasivo, que a su vez tome en consideración los aspectos retóricos como instancia explicativa del mismo, de tal modo que ayude a comprender sus implicaciones motivacionales y éticas. Intentar dar respuesta a ese vacío es uno de los pilares del presente trabajo. De este modo, nuestra intención ha sido entrar de lleno en un estudio que, hasta la fecha, ha merecido una atención fragmentada y sectorial por parte de la literatura especializada. En este sentido, consideramos pertinente y justificada la necesidad de realizar estudios que -con carácter global o integral- aborden los aspectos éticos de la gamificación.

De este modo, queremos unir e integrar aquello que aparece con carácter incipiente y fragmentario en la literatura especializada, que aborda el estudio de la dimensión ética de la gamificación desde la óptica de sectores estratégicos concretos, tales como la salud y el bienestar, el marketing, la gestión de recursos humanos o la educación. ¿Y a qué razones obedece el propósito de esta tesis? Sin duda alguna a que el protagonismo de la ludificación, si bien va en aumento, tanto en el ámbito de las profesiones como en el del ocio y el tiempo libre, carece de un planteamiento crítico que, aun contando con los beneficios que pudieran derivarse para las diversas esferas de la realidad, resuelva plenamente aquellas cuestiones que entroncan con una aproximación de calado humanista a este fenómeno tecnológico y persuasivo.

El hilo conductor de nuestra investigación sobre gamificación lo queremos tomar a partir de las contribuciones de la Retórica, de la Teoría de las motivaciones y de las Éticas aplicadas a la comprensión integral del fenómeno. Respecto a éstas últimas, el auge que han protagonizado desde su nacimiento en los años 70 del siglo XX -en virtud del surgimiento de la reflexión bioética-, así como el desarrollo experimentado por la ética en las organizaciones una década más tarde (Cortina, 1994), junto con los avances protagonizados por la ética computacional o ética informática -en los años 80 del siglo XX-, constituyen hitos que merecen ser indagados. De esta eclosión surgirán reflexiones -tanto en el mundo académico como en el ámbito profesional- que se interrogarán en torno a la verdadera contribución de la ética en diversos sectores profesionales, de los cuales nos interesa el de la tecnología persuasiva en general y el de la ludificación en particular. Otra cuestión es si el alcance ético de la literatura especializada existente ha podido llegar a tener una entidad suficiente con bastante profundidad en lo que a gamificación se refiere. Y afirmamos esto porque vivimos en una era de paradojas, donde la frecuente invocación a la ética -en el ámbito personal, profesional y/o corporativo- no siempre viene acompañada de una consiguiente aplicación de la misma a los sectores mencionados.

La confusión terminológica existente en torno a nuestro objeto de estudio nos lleva a profundizar también en algunos fenómenos que contribuyen a su ambigüedad, como es el caso del juego tradicional, los juegos digitales o el juego serio. Mientras no dejan de sucederse los desarrollos e implementaciones de ludificación, así como publicaciones de artículos científicos con un creciente interés por esta materia, no ocurre otro tanto en relación con las preocupaciones morales de los profesionales o de la academia (Weiss, 2019). Como venimos remarcando, se suelen abordar las implicaciones éticas de la gamificación desde áreas concretas o con menciones concernientes a la preocupación por la privacidad de los usuarios de sistemas

ludificados (Mavroeidi et al., 2019) más que de una manera global o integral. Así, los posicionamientos más críticos con este fenómeno “manifiestan su preocupación por los problemas éticos y de responsabilidad social subyacentes a la intencionalidad y los efectos de determinados usos cuestionables de la gamificación dirigidos a alumnos, consumidores o empleados” (Weiss, 2019, p. 6905), pero no respecto a la sociedad en su conjunto.

Particularmente, el hecho de que la gamificación sea utilizada para promover determinados comportamientos en los usuarios nos lleva a preguntarnos si gamificar es una actividad de calado moral o con dimensión ética y, en caso afirmativo, qué elementos, teorías y autores pueden ayudarnos a clarificar dicha cuestión. En el presente trabajo comenzamos presentando las nuevas tecnologías y la persuasión lúdica como marco actual para la gamificación. Desde el primer momento, tecnología y neutralidad no van de la mano y mucho menos cuando hablamos de tecnologías persuasivas, pues los artefactos tecnológicos son cada vez más omnipresentes en nuestras vidas y están manifiestamente condicionados por su diseño, así como por los objetivos e intenciones de sus creadores. Se toman decisiones de diseño en busca de la consecución de unos resultados o metas concretas; y, por ello, la deliberación acerca del diseño tecnológico y sobre los marcos éticos que permiten diseñar tecnologías persuasivas -tales como las iniciativas de gamificación- se torna muy necesaria.

A priori podría argumentarse que, cuando la intencionalidad del diseñador para con el usuario final es buena, estamos ante un proyecto de gamificación congruente con la ética. Pero ¿en verdad es esto tan sencillo? ¿las buenas intenciones previenen de las consecuencias perniciosas? ¿cómo se puede determinar el grado de responsabilidad de los agentes morales implicados en los procesos de ludificación y propiciar una persuasión más ética? ¿Es posible regular lo que acontece a caballo entre el mundo real y el ciberespacio? En estas cuestiones se contempla la entidad del tema a tratar, el de la búsqueda de unas claves y fundamentos para una gamificación que persuade de un modo respetuoso con la ética. Nuestro objetivo es clarificar cuál es el estado de la cuestión y profundizar en la literatura especializada en cuanto a la dimensión ética de la ludificación, para poder aportar una visión más completa de la problemática de estudio como valor añadido del presente trabajo.

Contando con todos esos factores condicionantes, exploramos dos áreas adicionales de conocimiento en nuestro trabajo, además de la Ética: la Retórica y la Teoría de las motivaciones aplicadas a lo lúdico para, finalmente y tras el recorrido investigador realizado, aportar nuestra propia propuesta de autorregulación con un doble objetivo: alfabetizador y divulgativo por un lado -en referencia a los usuarios de productos ludificados que desconocen esta tecnología y su finalidad persuasiva- pero también moralizador y de cuño profesionalizante por otro lado, dirigido a las organizaciones y a los creadores de sistemas gamificados que deben aspirar a la excelencia competencial y ética.

En el contexto actual, la unión de elementos de juego, persuasión y tecnología digital da como resultado la gamificación, empleada frecuentemente para generar hábitos y modificar conductas. Hemos de considerar que, si la tecnología no puede ser neutral (Sanmartín, 1990; Bellver, 2017), sino que es siempre persuasiva, la tecnología digital lo es mucho más y las tecnologías lúdicas lo son todavía en mayor medida, pues se perciben como inofensivas -con el propósito de favorecer un mero entretenimiento- aunque en realidad nos acaban predisponiendo para ser convencidos, gracias al óptimo estado anímico que promueven. Por ello, en esta investigación nos preguntamos: ¿cuál es el propósito real de la gamificación? ¿Es motivacional? ¿Busca la maximización del beneficio? ¿Es persuasivo o manipulativo? ¿Es de control social o ideológico? Actualmente se está adoptando la gamificación de manera entusiasta, pero con una apoyatura ética limitada y parcial. Ante el control generalmente voluntario al que nos sometemos a través de las nuevas tecnologías (Han, 2012) porque son cómodas, rápidas, facilitadoras y divertidas, convendrá reflexionar sobre lo que está ocurriendo

y -para ello- es precisamente la filosofía la que nos puede auxiliar, ayudándonos a conocer mejor nuestro entorno y abriendo espacios para el pensamiento crítico.